الجامعة الإسلامية – غزة

عمادة الدراسات العليا

كلية التجارة

قسم المحاسبة




# العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات في المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة

## (دراسة ميدانية)


إعداد الباحث

ساطع سعدي شملخ

إشراف

أ.د. يوسف عاشور

د. حمدي زعرب


قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة والتمويل

1429هـ - 2008م

الجامعة الإسلامية – غزة
The Islamic University - Gaza

عمادة الدراسات العليا
هاتف داخلي: 1150



رقم ج س غ/35/
Ref.
التاريخ 08/03/2008
Date

# نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة عمادة الدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ ساطع سعدي أسعد شملخ لنيل درجة الماجستير في كليـــة *التجـــارة*/ قســـم المحاسـبة والتمويـــل وموضوعها:

**"العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات في المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة-دراسة ميدانية"**

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم السبت 01 ربيع الأول 1429هـ، الموافق 2008/03/08م الساعة الحادية عشرة صباحاً، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

| | | |
|---|---|---|
| أ.د. يوسف عاشور | مشرفاً ورئيساً | ............ |
| د. حمدي زعرب | مشرفـــــاً | ............ |
| د. علـــي شـــاهين | مناقشاً داخلياً | ............ |
| د. مـــاهر درغـــام | مناقشاً داخلياً | ............ |

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في **كلية *التجارة*/ قسم المحاسبة والتمويل.**

***واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.***

**والله ولي التوفيق ،،،**

**عميد الدراسات العليا**

**د. مازن إسماعيل هنية**

P.O. Box 108, Rimal, Gaza, Palestine fax: +970 (8) 286 0800 فاكس tel: +970 (8) 286 0700 هاتف ص.ب 108 الرمال غزة فلسطين
public@iugaza.edu.ps www.iugaza.edu.ps

## ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة للتعرف على العوامل التي تؤخذ بالاعتبار من قبل إدارات المصارف العاملة في قطاع غزة عند تسعير الخدمات المصرفية، والتعرف على الصعوبات التـــي تواجـــه المصارف محل الدراسة عند تسعير الخدمات المصرفية، وأثر بعض خصائص المصارف مثـــل رأس المال ونوع المصرف وعدد الفروع على عملية التسعير، والأهداف التي تسعى المصارف لتحقيقها من خلال عملية التسعير.

ولتحقيق أهداف الدراسة تضمنت الدراسة مدخلاً نظرياً أُستعرض خلاله تعريف الخدمة المصرفية والسعر وعملية التسعير واستراتيجيات وأهداف التسعير، كما تضمنت جانباً عملياً تـــم خلاله دراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام الاستبانة أعدت خصيصا لهذا الغرض تـــم توزيعها على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة وعـــددها 11مـــصرفاً حيـــث وزع 54 استبانة وتم استرد 87% منها، واستخدم في هذه الدراسة أسلوب المقابلات في بعض الأحيان.

وخلُصت الدراسة إلى أن العوامل المحددة بالدراسة جميعها تؤخذ بالاعتبار عند تـــسعير الخدمات المصرفية وكانت هذه العوامل مرتبة حسب الأهميـــة (المخـــاطر، الـــسيولة، الأربـــاح المحصلة من العميل، المنافسة، التكلفة، قرارات سلطة النقد، عدد الخدمات المباعـــة)، وأن أهـــم المعوقات التي تواجه المصارف هي سرية العمل المصرفي وتدخل الإدارة العليا فـــي قـــرارات التسعير، وان خصائص المصارف مثل رأس المال وعدد الفروع ونوع المصرف لا تؤثر فـــي قرارات تسعير الخدمات المصرفية.

وأخيراً قدمت الدراسة توصيات أهمها بأن تعمل المصارف في قطاع غزة على إنـــشاء وحدات متخصصة لتسعير الخدمات المصرفية ووحدات متخصصة لإدارة المخاطر، وأن تسعى المصارف لتنويع محفظتها الاستثمارية لتنويع مصادر الدخل وتقليل الاعتماد على أرباح الفوائـــد وان تعمل سلطة النقد على دمج المصارف وخاصة الصغيرة منها وأن تهتم الجهات الأكاديميـــة بطرح مقررات متخصصة في مجال التسعير.

# ABSTRACT

The purpose of this study is to explore the factors that affect in pricing decision for the banking services in commercial banks in Gaza strip. Moreover, it explores the challenges which associated with it, and the effect of some banks characteristics as( capital, number of branches & the kind of the bank). Finally, it explores the banks objectives from pricing process.

To achieve these objectives the study contains theoretical and practical parts, the theoretical part explains the service and price definition and pricing process. Also, it explains the aims and strategies of pricing. And the practical part contains an analysis for the data which collected by a questioner prepared for this purpose. 54 questioners were distributed to 11 banks in Gaza strip and 87% of it were returned. In addition to that an interview was used in this study.

The study conclusion shows that all the variables which defined affect in pricing decision, these variables are arranged according to it's importance as follow (risk, liquidity, profits collected from the customer, competition, cost, the laws of the Palestinian monetary authority(P.M.A), the number of the services soled) and shows that the most challenges in pricing process were the secret of banking work and interference of the senior level of the management, also shows the some characteristics of banks as (capital, number of branches, the kind of bank) don't effect in pricing decision.

finally, the study present some recommendations as:
The banks should originate a pricing units and risk management units, also it have to vary it's income rescores and it's portfolio. The (p.M.A) must merge the banks especially the small banks, moreover the academic associations should teach a pricing subjects.

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقل ربِ زدني علماً"

صدق الله العظيم

(سورة طه ،114)

# إهداء

إلى والدي الكريمين عرفاناً بالجميل................

....................فبرضاها يوفقني الله

.

إلى زوجتي وأولادي حباً ووفاءً........

....لصبرهم على بانشغالي عنهم في تحصيل العلم.

إلى أخي وأخواتي.....................

..............................احتراماً وتقديراً.

إلى كل من وقف إلى جانبي وشجعني ويشجعني لتحقيق ما أرنو إليه

# شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد صلى الله علية وسلم.

أما بعد

فلا يسعني في هذا المقام إلا أن أحمد الله سبحانه وتعالى أن هداني ووفقني لهذا ، وأتقدم بجزيل الشكر ووافر الامتنان لمشرفي الأستاذ الدكتور/يوسف عاشور والدكتور /حمدي زعرب اللذين كان لتوجيهاتهما الصادقة وملاحظاتهم العطرة عميق الأثر لأن ترى هذه الرسالة النور.

كما أتوجه بجزيل الشكر لأستاذي الفاضل الدكتور/علي شاهين وفقه الله والدكتور/ ماهر ضرغام لتفضلهما بقبول مناقشة هذه الرسالة فجازهما الله خيراً وزادهما علماً وقدراً .

وأتقدم أيضا بالشكر والعرفان للعاملين بمكتبة الجامعة الأردنية والأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية لما أمدوني به من أبحاث ودراسات .

كما لا يفوتني أن اشكر السادة الحضور كل باسمة ولقبة من زملاء الدراسة والمهنة لتفضلهم بحضور المناقشة .

## فهرس المحتويات

## قائمة الجداول

## قائمة الجداول

# قائمة الجداول

## قائمة الجداول



## قائمة الأشكال



## قائمة الملاحق

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

## مقدمة

تحتل البنوك مكان الصدارة في توجيه اقتصاديات الدول مهما اختلفت أنظمتها السياسية لما لها من أثر على الاقتصاد الوطني، وأن درجة تقدم الأمم أصبحت تقاس بمدى تغلغل واتساع النظم المصرفية فيها، وقد شهدت السنوات الأخيرة تطوراً في طبيعة و نوع الخدمات التي تقدمها المصارف حيث انتقلت في عملها من تقديم الخدمات التقليدية إلى الخدمات الالكترونية بالإضافة إلى التطور في كيفية تقديم الخدمات التقليدية خاصة في مجال الائتمان وقبول الودائع ومنح القروض عدا عن زيادة ارتباط القطاعات المختلفة بالقطاع المصرفي من خلال ما يوفره هذا القطاع من أموال لازمة وتسهيل عمليات نقل الأموال لمزاولة جميع الأنشطة(العمري2003،ص2).

وبالنسبة للقطاع المصرفي الفلسطيني فقد كان من أكثر القطاعات الاقتصادية تطوراً (أبوزعيتر2006)، سواء من حيث الانتشار حيث ارتفع عدد المصارف العاملة في فلسطين مع بداية العام 1995 من 10 مصارف بشبكة فروع 57 فرعاً إلى 21 مصرفاً بشبكة فروع بلغت 151 فرعاً بنهاية العام 2006 ،أو من حيث قيمة الموجودات حيث ارتفعت من 2907.54 مليون دولار في العام 1997 إلى 5737.07 مليون دولار بنهاية العام 2006 ،أو من حيث رأس المال حيث ارتفع من 217.97 مليون دولار في العام 2002 إلى 481.54 مليون دولار بنهاية العام 2006 أو من حيث إجمالي التسهيلات الممنوحة حيث ارتفعت من 612.87 مليون دولار في العام 1997 إلى 1903.29 مليون دولار بنهاية العام2006 (تقرير سلطة النقد،2006).

وقد بلغ نصيب كل مصرف من عدد السكان في فلسطين 176,190 فرداً مقارنة مع 260,000 فرد لكل مصرف في الأردن حيث تكون الجهاز المصرفي الأردني 22 مصرفاً و1,788,604 فرد لكل مصرف في مصر حيث تكون الجهاز المصرفي المصري 43 مصرفاً الأمر الذي يعكس مدى كثافة الجهاز المصرفي الفلسطيني بالتالي مدى حدة المنافسة بين المصارف الفلسطينية.

وبسبب المنافسة بين المصارف في الحصول على أكبر عدد ممكن من العملاء والمحافظة عليهم كعملاء دائمين أصبح من الضروري الاهتمام بعملية التسويق بشكل عام

وبعناصر المزيج التسويقي (الخدمة،الترويج،التوزيع،السعر)، فقد أُثبت أن السعر والسمعة يأتيان في المرتبة الأولى قبل الاهتمام بوسائل توفير الراحة في المصارف(الأغا،2006،ص124).

وعلى الرغم من كون الربحية ليست الهدف الأساسي دائماً على المدى القصير إلا أنها تظل الهدف الجوهري والأخير على المدى الطويل في العمل المصرفي، ويعتبر قرار التسعير من أهم الوظائف أو القرارات التي تواجهها الإدارات العليا نظراً لأنها مؤسسة اقتصادية تسعى لتحقيق الربح ومؤثراً في ربحيته وقدرته على التكيف والبقاء، فالسعر غير المناسب سيؤدي إلى عدم إقبال العملاء على المصرف وبالتالي سيترك أثراً على ربحية المصرف ولهذا فان السعر يمثل بعداً استراتجيا في العمل المصرفي(الضمور،2003،ص409).

وتتداخل عدة عوامل في قرار التسعير منها المنافسة وحجم الخدمات ونوعها وحاجات العملاء ورغباتهم(العمري،2003،ص14)، عدا عن أهمية التسعير في قرارات توسيع الخدمات المصرفية(جهماني وعمري،2002،ص684).

لذا فان هذه الدراسة تأتي للتعرف على أساليب وأهداف واستراتيجيات التسعير لدى المصارف العاملة في قطاع غزه والبحث في العوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار عند تحديد سعر الخدمة المصرفية، واستكشاف المعوقات(إن وجد) التي تحول دون تسعير الخدمة المصرفية بشكل علمي وسليم وأهداف المصارف من عملية التسعير.

## مشكلة الدراسة

يعتبر التسعير من أهم العوامل ذات التأثير على جانب الإيرادات و الأرباح فهو العنصر الوحيد بين عناصر المزيج التسويقي الذي يولد الايرادات (البيحاني،1999، ص16).

ونظراً لأهمية سياسات التسعير في تحقيق التكامل مع العوامل الأخرى و إنجاح الصناعة المصرفية وبالتالي تحقيق أهداف المستثمر و الأهداف التنموية، ستحاول الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما العوامل المؤثرة في تحديد أسعار الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة.
2. ما المعوقات التي تواجه المصارف في تسعير الخدمات المصرفية على أسس علمية.
3. ما أثر بعض خصائص المصارف على سياسات تسعير الخدمات المصرفية في المصارف العاملة في قطاع غزة

## أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة لتحقيق التالي :

1. التعرف على العوامل التي تؤخذ بالاعتبار عند وضع السياسة السعرية في المصارف العاملة في قطاع غزة.
2. التعرف على أولويات الأهداف التي ترغب المصارف في تحقيقها من وضع سياساتها السعرية واتخاذ قرارات التسعير.
3. التعرف على المعوقات التي تحول دون قدرة البنوك على تحديد أسعار خدماتها بالشكل السليم.
4. التعرف على أثر بعض خصائص البنوك مثل رأس المال وعدد الفروع على أسعار الخدمات التي تقدمها
5. التعرف على أثر بعض المؤثرات الخارجية مثل المنافسة ودور الجهات الرقابية على أسعار الخدمات المصرفية.

## أهمية الدراسة

1. تستمد الدراسة أهميتها من أهمية القطاع المتصلة به فهو من أكبر القطاعات الاقتصادية في فلسطين.
2. تنبع أهمية الدراسة من أهمية تسعير الخدمات المصرفية بشقيها الائتماني وغير الائتماني الائتمان المصرفي، فبالرغم من تزايد الخدمات المصرفية فان الخدمات الائتمانية لازالت أساس العمل المصرفي الفلسطيني ويتضح ذلك من حصة أرباح الفوائد إلى إجمالي أرباح المصارف الفلسطينية.
3. هذه الدراسة هي محاولة لمساعدة المصارف الفلسطينية في تطوير سياسات التسعير لديها استناداً لأسس علمية سليمة.
4. في ظل المنافسة القائمة بين المصارف الفلسطينية تأتي هذه الدراسة كدليل للتعرف على سياسات التسعير المتبعة في السوق المصرفي الفلسطيني.

## فرضيات الدراسة

**الفرضية الأولى:**

تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بالسيولة لدى المصارف العاملة التجارية في قطاع غزة.

**الفرضية الثانية:**

تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بتكاليف الخدمات لدى المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة.

**الفرضية الثالثة:**

تؤثر مخاطر العمل المصرفي في قرارات تسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة.

**الفرضية الرابعة :**

تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بعدد الخدمات المباعة لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.

**الفرضية الخامسة:**

تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بحجم الأرباح المحصلة من العميل لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.

**الفرضية السادسة :**

توجد عدة معوقات(توفر الكفاءات العلمية، سرية العمل المصرفي،تدخل الإدارة العليا) تحول دون تسعير الخدمة المصرفية على أسس سليمة.

**الفرضية السابعة:**

تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية ببعض المؤثرات الخارجية المحيطة بالعمل المصرفي لدى المصارف العاملة في قطاع غزة .

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى:

تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بالمنافسة بين المصارف العاملة في قطاع غزة .

الفرضية الفرعية الثانية:

تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بشكل محدود بقرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات .

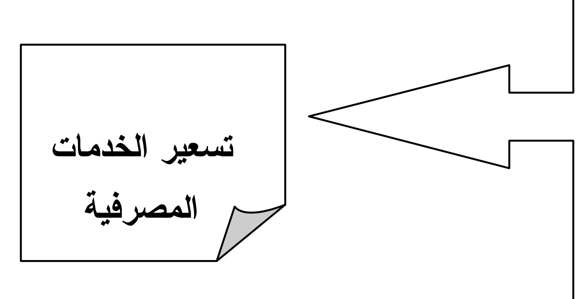
**الفرضية الثامنة:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية تعزى لخصائص المصارف العاملة في قطاع غزة ( رأس المال، عدد الفروع، نوع المصرف).

**الشكل رقم (1) يوضح متغيرات الدراسة**

**متغيرات الدراسة**

1. السيولة لدى المصرف.
2. تكلفة الخدمة.
3. مخاطر العمل المصرفي.
4. عدد الخدمات المباعة.
5. الأرباح المحصلة من العميل.
6. خصائص المصارف.
7. المنافسة بين المصارف.
8. تعليمات سلطة النقد.
9. مجموعة المعوقات




## الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع أحد عناصر التسعير أو محاسبة التكاليف في المصارف، وذلك في بيئة أخرى خلاف البيئة المصرفية الفلسطينية التي يندر فيها مثل هذه الدراسات، وقد حظي الباحث ببعض الدراسات المتصلة بموضوع البحث التي تشكل القاعدة الأساسية لهذا البحث

***أولا: - الدارسات العربية***

### 1.بخيت (1988) بعنوان "مشاكل قياس تكلفة الائتمان المصرفي في البنوك التجارية: "دراسة تطبيقية" .

أعدت هذه الدراسة بالتطبيق على مصرف الإسكندرية بمصر وهدفت لإيجاد أساس علمي مبني على بيانات التكاليف لقياس تكلفة الائتمان وحددت الدراسة مصادر الأموال للبنك محل الدراسة والأموال المتاحة للاستثمار، وألقت الضوء على المشاكل التي تواجه المختصين

عند تحديد تكلفة الائتمان واستخدمت البيانات المتاحة وبيانات افتراضية نظراً لسرية المعلومات التي يتطلبها هذا البحث .

وتوصلت الدراسة إلى:

أ. ضرورة إيجاد نظام ملائم لقياس تكلفة الائتمان المصرفي في البنوك التجارية محدداً عناصر هذا النظام.

ب. أن قياس تكلفة الائتمان المصرفي تعني قياس تكلفة الجنيه من القروض والسلفيات.

ت. إمكانية قياس تكلفة كل قسم على حدة الأمر الذي يؤدي لتسعير الائتمان بطريقة علمية سليمة وتحقيق الرقابة على التكاليف من خلال مقارنتها بالتكاليف المستهدفة .

وأوصت الدراسة بضرورة استخدام المصارف لأنظمة تكاليف ملائمة ومشاركة المصرف المركزي بفريق عمل لإعداد نظام تكاليف موحد للمصارف وأن تقوم المصارف بمراجعة دورية لأسعار خدماتها .

### 2.البيحاني(1999) بعنوان " العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسعير دراسة تطبيقية على الشركات السعودية بمحافظة جدة"

هدفت الدراسة للتعرف على العوامل المؤثرة في القرارات السعرية وأنماط السياسات السعرية والمعوقات التي تواجه القائمين عليها بالمصانع السعودية بمحافظة جدة، كما هدفت الدراسة للتعرف على مدى إدراك الإدارة العليا والمسئولين لأهمية سياسات التسعير وأهمية إتباع أساليب علمية عند وضعها أو تطويرها والمتغيرات المؤثرة في ذلك، والتعرف على سياسات التسعير الأكثر إتباعاُ بالمصانع السعودية بجدة وأولويات الأهداف التي ترغب المصانع في تحقيقها والوصول إلى المعوقات التي تواجه ذلك.

توصلت الدراسة إلى:

1- أن معظم المسئولين بالشركات الصناعية يؤكدون على إدراك وأهمية إتباع الأساليب العلمية عند وضع وصياغة سياسات التسعير.

2- أن سياسة التسعير على أساس التكلفة هي من أكثر السياسات التسعيرية أهمية من وجهة نظر الشركات المبحوثة تليها سياسة التسعير على أساس المنافسة ثم الطلب.

3- أن أهداف الشركات والمصانع من عملية التسعير مختلفة وكان أهمها تحقيق الثبات والاستقرار وهدف المحافظة على أو تحسين حصة المصنع في السوق ثابتاً ثم الهدف الثالث وهو تحقيق أقصى رقم مبيعات.

4- لا تتركز أهداف وضع السياسات السعرية عند معظم المنظمات الربحية حول تحقيق هدف أقصى رقم مبيعات على الرغم من أهميتها.

5- من أهم العوامل المؤثرة التي توضع في الاعتبار عند وضع وصياغة سياسات التسعير بالشركات حسب أهميتها كالتالي: التكلفة بالمرتبة الأولى ثم الأهداف التنظيمية والتسويقية ثم الأهداف السعرية وتحليل المبيعات والعرض والطلب ومرونته.

وقدمت الدراسة بعض التوصيات من أهمها:

1- يجب العمل على التوعية لتعميق فهم وإدراك الإدارة العليا والمسئولين لأهمية وضع سياسات التسعير واتخاذ قراراته وفقاً لأسس علمية وموضوعية.

2- يجب الاهتمام بتدعيم إدارات التسويق بالمصانع بالكفاءات المتخصصة في مجالات العلوم الإدارية والتسويق مع توفير التدريب للقائمين بالعمل في مجال التسعير.

3- يجب أن تهتم كل منشأة صناعية بوضع وصياغة الأهداف التسعيرية مع دراسة والتعرف على المتغيرات الداخلية والخارجية المؤثرة على ذلك.

4- يجب أن تحرص كليات الإدارة بالجامعات السعودية على وجود مقررات دراسية متخصصة في مجال التسعير كغيرها من وظائف التسويق

### 3. الضمور(2002) بعنوان "العوامل المؤثرة في تسعير المنتجات الصناعية المصدرة: الكيماويات في الأردن"

هدفت هذه الدراسة للتعرف على العوامل المؤثرة في تسعير المنتجات الصناعية الكيميائية المصدّرة في الأردن، وذلك سواء أخذت هذه العوامل بصورة مجتمعة أو مستقلة. بالإضافة إلى التعرف على مدى التباين في الأهمية النسبية لهذه العوامل إذا صنفت الشركات المدروسة على أساس عدد العاملين أو الخبرة التصديرية أو نسبة مبيعات التصدير وتكون مجتمع الدراسة من 52 شركة كيميائية مصدرة واعتمد الباحث في جمع البيانات على استبانه صممت ووزعت على مجتمع الدراسة.

وأوضحت الدراسة ما يلي:

1- إن جميع العوامل المحددة في نموذج الدراسة وهي (أهداف التسعير، والتكاليف، والمنافسة والتشريعات والقوانين وخصائص المنتجات وظروف السوق) عند أخذها مجتمعة لها تأثيرات ذات أهمية في قرار تسعير المنتجات المصدرة، وأن أهم هذه العوامل بالترتيب هي: (أ)التشريعات والقوانين الحكومية، (ب) عامل المنافسة و (ج) عامل التكاليف.

2- وجود فقط خمسة عوامل مستقلة من أصل جميع العوامل (عند أخذها بصورة مستقلة) لها تأثيرات ذات أهمية على العامل التابع وهذه العوامل هي: (أ) التكاليف، (ب) المنافسة، (ج) درجة المخاطرة، (د) حجم الطلب و (هـ) التشريعات والأنظمة الحكومية والعوائق الأخرى.

3- وجود اختلاف في الأهمية النسبية المعطاة للعوامل المؤثرة في قرار تسعير المنتجات الكيميائية المصدرة وذلك عند تصنيف الشركات موضع الدراسة على أساس عدد العاملين أو الخبرة التصديرية أو نسبة مبيعاتها التصديرية.

وبناء على نتائج الدراسة تم اقتراح عدد من التوصيات لمتخذي قرار التسعير لدى الشركات الصناعية موضع الدراسة وهي:-

1. على الشركات محل الدراسة الأخذ في الاعتبار كافة العوامل المؤثرة على السعر النهائي لمنتجاتها وخصوصا تلك التي أظهرت أهمية واضحة في التأثير عليها، مثل العوامل المتعلقة بالتكاليف والمنافسة والقوانين والتشريعات الحكومية في البلدان المصدر إليها.
2. يجب على الشركات محل الدراسة الأخذ في الاعتبار المخاطر السوقية كتقلبات أسعار الصرف والسياسات النقدية والعملة المستخدمة عند تحديد أسعار منتجاتها في الأسواق الدولية.
3. يجب على الشركات ذات الخبرة التصديرية القليلة في مجال التصدير التركيز أكثر على عامل المنافسة في تحديد أسعار منتجاتها في الأسواق التصديرية والعمل على جمع معلومات عن منتجات المنافسين وطرق تسعيرهم حيث إن المنافسة لها تأثير كبير على قدرة مثل هذه الشركات في تحقيقها لأهدافها ..
4. على الشركات محل الدراسة الاهتمام بدرجة المنافسة في الأسواق الدولية ووضع السياسات والأهداف التي تعمل على تحليل المنافسين وسياساتهم التسعيرية.
5. يجب إعطاء أهمية أكبر للأنظمة والتشريعات الحكومية وحجم الطلب في البلدان المصدر إليها قبل القيام بوضع أسعار المنتجات لغايات التصدير.
6. على الشركات ذات الحجم الصغير (تلك التي يقل عدد العاملين فيها عن 25 عاملا) إعطاء أهمية لعامل التكاليف وذلك عن طريق البحث في إيجاد طرق لتخفيضها وذلك عند تسعير

منتجاتها لأغراض التصدير ويمكن الاستفادة من تطبيق معايير الجـودة الـشاملة ووضـع معايير رقابية فعالة على مدخلات الإنتاج.

### 4. بربور (2002) بعنوان "تحليل مصادر إيرادات البنوك التجارية الأردنية – دراسة قياسية للأعوام 1980-2000م"

هدفت هذه الدراسة لتحديد مصادر إيرادات المصارف التجارية في الأردن خلال فتـرة الدراسة والتعرف على العوامل المؤثرة في تحديد هذه المصادر وفي تحديد منافذ هذه الإيرادات.

وقسمت الدراسة إلى جزأين ، الجزء الأول وهو الجانب النظري أما الجزء الثـاني فقـد ركز على التحليل الإحصائي لمصادر الإيرادات لدى المصارف محل الدراسـة، ولقـد شـملت الدراسة 7 مصارف ذات الجنسية الأردنية من أصل 9 مصارف، وطُبقت هذه الدراسـة علـى مصادر إيرادات المصارف للسنوات من 1980 إلى 2000 م.

وخلصت الدراسة إلى أن :

1. مصادر الإيرادات التقليدية تشكل أهم مصادر إيرادات المـصارف ويتناسـب حجـم هـذه المصادر مع حجم مصادر هذه الإيرادات.
2. تتأثر أرباح المصارف بإيرادات الفوائد الدائنة وحجم البنك مقاساً بحجم الودائع.
3. يؤثر حجم السيولة على أرباح المصارف من مصادرها التقليدية.
4. ضعف تأثير كل من العمولات الدائنة وإيرادات محفظة الأوراق الماليـة وعـدد الخـدمات وحجم السيولة على أرباح المصارف من المصادر غير التقليدية.

وأوصت الدارسة بالتالي:

أ. بضرورة قيام المصارف الأردنية بتنويع استثماراتها وتقليل الاعتماد على توليـد الإيـرادات من المصادر التقليدية

ب. أن علي البنوك الأردنية تحسين إدارتها من المصادر غير التقليدية وان تعتمد على النوعيـة الجيدة للخدمات المقدمة وان تواكب الابتكارات المصرفية والإبداع المالي لمواجهة المنافسة.

ت. أن عليها لمواجهة المنافسة أن تسعى إلى الاندماج وزيادة الإنفاق على التطوير التكنولـوجي والتخطيط الاستراتيجي بعيد المدى.

**5. الطراونة (2002) بعنوان "سياسة تسعير الفوائد المقبوضة من القروض في البنوك التجارية العاملة في الأردن "دراسة قياسية"**

هدفت هذه الدراسة تقييم سياسة تسعير معدلات الفوائد المقبوضة في المصارف التجارية العاملة في الأردن حيث درست تأثير عاملين على هذه السياسة، وهما إيرادات البنوك واثر القوانين التي تفرضها الحكومة والبنك المركزي مثل معدلات الضريبة ونسبة الاحتياطي القانوني على الودائع ، مستخدماً في ذلك طريقة المربعات الصغرى بالمتغيرات الوهمية للبيانات المالية لستة عشر بنكاً تجارياً في الفترة من 1996-2000.

وخلصت الدراسة إلى أن:

أ. المصارف الأردنية تعاني من فائض السيولة وان المستغل منها 60% فقط.

ب. المصارف تقوم بتحميل عملائها تكاليف الفوائد المدفوعة والمصاريف الإدارية من خلال رفع معدلات الفوائد المقبوضة وأن للبنوك المقدرة على تخفيض الفوائد من خلال ضبط النفقات الإدارية وبالتالي تخفيض العبء الذي يتحمله العملاء.

ت. كما أشارت إلى أن فرض الحكومة لمعدلات الضريبة ونسبة الاحتياطي يرفع من سعر الفوائد حيث تقوم المصارف بتحميل جزء من هذه التكاليف لعملائها.

ث. ضآلة تأثير الإيرادات الأخرى في تخفيض معدلات الفائدة نتيجة محدودية نشاط البنوك في الاتجار بالأسهم والسندات وتقديم خدمات مصرفية غير منح التسهيلات الائتمانية.

وأوصت الدراسة بالتالي:

أ. ضرورة قيام الحكومة بتخفيض معدلات الضرائب الأمر الذي سيؤدي لتخفيض معدلات الفائدة.

ب. إعفاء الأرباح الرأسمالية للمصارف من ضريبة الدخل مما يحفز المصارف على زيادة استثماراتها في الأسهم والسندات وبالتالي سيدفع المصارف لتخفيض معدلات الفائدة لديها.

ت. إن على الحكومة ألا تهمل تأثير نسب الاحتياطي على معدلات الفائدة.

ث. إن إدارات المصارف يمكن أن تساهم في تخفيض معدلات الفائدة من خلال ضبط النفقات الإدارية .

ج. من الضروري دراسة مسألة الاندماج بين المصارف من أجل إحداث مؤسسات مصرفية كبيرة تستغل اقتصاديات الحجم مما يخفض التكلفة وبالتالي تخفيض معدلات الفوائد.

**6. (جهماني والعمري)2003 بعنوان "تطبيق نظم محاسبة التكاليف في البنوك التجارية العاملة في الأردن" "دراسة ميدانية".**

هدفت هذه الدراسة لإبراز أهمية تطبيق نظم محاسبة التكاليف في المصارف التجارية بالأردن وأهميتها في اتخاذ القرارات المختلفة لا سِيما قرارات تسعير الخدمات، كما هدفت إلى معرفة الصعوبات والعقبات التي تمنع تطبيق نظم محاسبة التكاليف في المصارف التجارية الأردنية، باستخدام الاستبانة التي تم توزيعها على كافة المصارف التجارية في الأردن.

وقد وزعت استبانه على جميع البنوك الأردنية بغرض جمع المعلومات .

وتوصلت الدراسة إلى:

أ. أن ما نسبته 23.8% من البنوك الأردنية تطبق محاسبة التكاليف.

ب. أن المصارف الأردنية تستخدم طرقاً مختلفة لتخصيص التكاليف.

ت. أن البنوك التي تطبق محاسبة التكاليف ترى أن تقسيم البنك لمراكز تكلفة يساعد في القياس السليم لتكلفة الخدمة البنكية وتحديد أسعارها، وتستخدم في القرارات الإدارية المتعلقة بتطوير وتوسيع الخدمة المصرفية، وفي تقيم أداء المدراء ورؤساء الأقسام، وفي مراجعة وتقييم أسعار الخدمات التي يقدمها البنك، وتستخدم في القرارات المتعلقة بالحد أو إلغاء خدمة يقدمها المصرف، وفي منح مزايا لبعض العملاء لتنمية تعاملاتهم مع المصرف.

ث. أن هناك الكثير من العقبات والصعوبات التي تحول دون تطبيق نظام محاسبة التكاليف والمتمثلة في عدم وجود الكفاءات والخبرات التي تجمع بين المعرفة المحاسبية والمصرفية وعدم وجود أقسام متخصصة للتكاليف وغياب التشريعات من قبل البنك المركزي وازدياد كلفة تطبيق نظام التكاليف كما يراها بعض البنوك، وعدم اقتناع الإدارة العليا بأهمية محاسبة التكاليف.

وأوصت الدراسة بالتالي:

أ. ضرورة اهتمام إدارة المصرف بقرار تسعير الخدمة المصرفية واهتمام السلطات الرقابية بعملية التسعير لما لها من تأثر على ربحية المصرف وقدرته على البقاء وبالتالي نجاح القطاع المصرفي ككل.

ب. ضرورة قيام المصارف الأردنية المطبقة لأنظمة التكاليف بإنشاء أقسام للتكاليف في فروعها.
ت. ضرورة تصميم نظام متكامل للتكاليف ورفدها بالأعداد الكافية من الكفاءات المؤهلة.
ث. ضرورة عمل دليل رقمي لمراكز التكاليف مما يسهل الربط بين عناصر التكاليف ومراكز التكاليف.

**7. (العمري) 2003 بعنوان "دور محاسبة التكاليف في تسعير الخدمات في البنوك التجارية الأردنية".**

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور محاسبة التكاليف في تسعير الخدمات في المصارف التجارية الأردنية وذلك من خلال التعرف على أهم العوامل التي تؤثر في قرارات التسعير والتعرف على أسلوب تخصيص التكاليف والمعوقات التي تحول دون إيصال المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار بالإضافة لتكاليف المخاطر.

واُستخدمت الدراسة الإستبانه لجمع المعلومات المطلوبة وشملت 16 مصرفاً من المصارف الأردنية.

وخلصت هذه الدراسة إلى:

أ. أن 64%من المصارف الأردنية تواجه صعوبات وعوائق في الوصول إلى قرار تسعير دقيق،وبينت أن هذه العوامل تتمثل في عدم وضوح المعلومات الواردة من الفروع والأقسام، وعدم توافر الخبرات العلمية والعملية، والتكاليف المترتبة على تطبيق نظام محاسبة التكاليف

ب. أن 73% من البنوك الأردنية تعتمد على عدة عوامل في تسعير الخدمات منها ارتفاع المنافسة على الخدمات المقدمة من حيث الكم والنوع ،وحاجات العملاء ورغباتهم،وتكلفة الخدمة المقدمة.

ت. أن 92% منها تستخدم التخصيص في معالجة التكاليف ،وأن تخصيص التكاليف يتأثر بمدى تبني إدارة المصرف لمحاسبة التكاليف وأن تبني محاسبة التكاليف مرتبط بوجود نظام مالي جيد لدى المصرف.

وأوصت الدراسة بالتالي:

أ. الاهتمام بالمعلومات الواردة من الأقسام والفروع والتركيز على أنظمة التكاليف حسب الأنشطة.

ب. ضرورة العمل على دمج المصارف الصغيرة لزيادة قدرتها التنافسية في مستوى الأسعار.

ت. التقليل من التركز الائتماني لتقليل المخاطر وبضرورة عمليات الدمج بين البنـــوك التجاريـــة لرفع قدرتها التنافسية.

### 8.خطيب (2004) بعنوان: تكلفة الائتمان المصرفي وقياس مخاطرة بالتطبيق على احد المصارف السورية.

أجريت هذه الدراسة بالتطبيق على أحد المصارف السورية للوصـــول لنمـــوذج يمكـــن بواسطته قياس تكلفة مخاطر الائتمان إضافة لتكاليف الائتمان الأخرى، وقد استخدم في بناء هذا النموذج أهم النسب المالية ذات العلاقة بالائتمان المصرفي والمتمثلة في نسب سداد المـــديونيات ونسب الكفاءة المالية والإدارية والكفاءة الفنية ونسب توافر رأس المال ومعدلات العائـــد علـــى رأس المال والأصول والعائد على الاستثمار ونسبة صافي الربح.

واختير في هذه الدراسة عينة عشوائية من ميزانيات 91 عميلاً من عملاء المصرف الذين أتموا فترة الائتمان سواء بالسداد التام أو بالتعثر.

وتوصلت الدراسة لبناء النموذج التالي لقياس تكفله مخاطر الائتمان

ت خ = قيمة القرض(1+ف) [(1+خ)(1+ض)-1] - ق I

حيث

ت خ = تكلفة المخاطرة.

ف = معدل سعر الفائدة الخالي من المخاطر.

خ= درجة المخاطر.

ض= معدل التضخم.

قI= قيمة الرصيد التعويضي.

وأوصت الدراسة بالتالي:-

أ. إطلاق حرية المصارف في تحديد أسعار خدماتها وذلك بإزالـــة الحـــدود العليـــا للأســـعار وتخفيض نسب الاحتياطي ونسب السيولة المطلوبة وخفض سعر الإقراض والخصم.

ب. أن يكون لكل عملية ائتمانية سعر فائدة مختلف على اعتبار أن لكـل عمليـة خـصوصيتها ودرجة مخاطرة خاصة بها .

ت. ضرورة تطبيق محاسبة التكاليف في المصارف السورية نظراً لأهميتها فـي تحديـد تكلفـة الائتمان بالإضافة لتكلفة المخاطرة.

ث. تقليل الاعتماد على الضمانات التي تطلبها المصارف باعتبار أنها معرضـة للخطـر أيـضا والاعتماد بدلاً من ذلك على دراسة جدوى المشروع.

ج. الاستفادة من تجربة وخبرة بعض المصارف العربية في تحليل مخاطر الائتمان .

ح. ضرورة تطوير النموذج المقترح في الدراسة ليتماشى مع تطورات العمل المصرفي.

خ. العمل على نشر الوعي المصرفي وإنشاء مركز مخاطر الائتمان لتحسين نوعيـة البيانـات الموفرة للمصارف.

### 9. أحمد (2007) بعنوان :أثر طرق تسعير الخدمات المصرفية على الإيرادات في المصارف السودانية

أجريت هذه الدراسة في السودان – الخرطوم وقد تم اختيار ثلاث مصارف من أصـل 27 مصرفاً، وحللت الدراسة أسعار الخدمات المصرفية لهـذه المـصارف للفتـرة مـن 2000م – 2005م، والمنهج التاريخي لدراسة الخلفية التاريخية لمصارف العينة، وقد هدفت هذه الدراسـة للتالي:

أ. دراسة وتقويم نظام تسعير الخدمات المصرفية داخل المصارف السودانية.

ب. الوقوف على أهم العوامل التي تؤثر على تسعير الخدمات المصرفية.

ت. الوقوف على أهم الأطر الاقتصادية والمحاسبية لتسعير الخدمات المصرفية.

وتوصلت الدراسة إلى أن:

أ. المصارف السودانية لا تهتم كثيراً بالأسس العلمية لتسعير الخدمات المصرفية .

ب. إيرادات الخدمات المصرفية تمثل الجزء الأكبر من إجمـالي الإيـرادات فـي المـصارف السودانية.

ت. الغالبية العظمي من المصارف السودانية تتبنى تسعير خدماتها المصرفية عن طريق التعديل في أسعار العام السابق .

وأوصت الدراسة بالتالي :

أ. على المهتمين والباحثين تقديم الدراسات في مجال الخدمات المصرفية من حيث قياس التكلفة والتسعير .

ب. على البنوك الاستفادة من سياسة تحرير أسعار الخدمات المصرفية في تسعير خدماتها بصورة تنافسية تمكنها من مواجهة تحديات ومتطلبات العولمة.

ت. يجب الإسراع بوضع معايير وأسس يتم على أساسها تسعير الخدمات المصرفية في السودان

ث. وأوصت بان يحاول البنك المركزي رفع المزيد من القيود التي يفرضها على البنوك السودانية وإتاحة الحرية الكاملة لها تشجيعاً للمنافسة المصرفية.

**ثانياً :- الدراسات الإنجليزية**

**10. Risk Management in pricing a financial product (Bexley and joe, 1999)**

هدفت الدراسة للتعرف على أسعار الفوائد على القروض و التسهيلات التي تمنحها المصارف البريطانية ومقدار المخاطرة القائمة على هذا النوع من الائتمان ، ومدى تأثيرها على أسعار الفوائد.

وبحثت الدراسة في أسعار الفوائد على القروض والتسهيلات الممنوحة من البنوك لمختلف القطاعات ومقدار المخاطرة على كل منها حيث تم إعداد استبانه لهذه الغاية.

وصنفت المخاطر إلى أربعة أنواع هي: مخاطر السيولة، ومخاطر سعر الفائدة، ومخاطر رأس المال و مخاطر الائتمان.

وبينت الدراسة أن البنوك سابقاً كانت تضع أسعار الإقراض حسب الأسعار المنافسة في السوق إلا أن هذه الطريقة أثبتت عدم فعاليتها. إذ أن على البنوك أن تدرس الأهداف التي من أجلها تم وضع الأسعار وهي: العائد على الأصول، والعائد على حقوق المساهمين، وهامش الفائدة.

كما بينت الدراسة أن هذه العوامل مجتمعة يتم على أساسها تحديد أسعار الائتمان لدى البنوك، إذ أن أسعار الائتمان السابقة كانت تعتمد على طرق تقليدية حسب الأسعار التي تضعها البنوك المركزية، بالإضافة إلى هامش بسيط للمصارف.

وأشارت الدراسة إلى أن الوقت قد حان لوضع أسعار الائتمان بناء على مقدار المخاطرة التي تتحملها البنوك عند وضعها لهذه الأسعار.

**11. The provision of services, interest margins and loan pricing in European banking(2006) Lepetit, Nys, Rous, Tarazi**

أجريت هذه الدراسة بجامعة,Limoges بفرنسا وهدفت للتعرف على اثر التنوع والتوسع في الخدمات غير الائتمانية وأسعارها على نسب الفوائد المحصلة على القروض و دراسة أثر المخاطر على أسعار الائتمان.

وبحثت الدراسة أثر إيرادات المصارف المتولدة من النشاط غير الائتماني مثل تقديم الخدمات المصرفية غير ائتمانية والنشاطات الاستثمارية على أسعار القروض، واستُخدم لهذه الدراسة القوائم المالية للفترة 1996-2002 لـ 602 بنكاً أوروبيا في 12 بلداً وهي النمسا و بلجيكا والد نمارك و فرنسا وايطاليا وهولندا والنرويج والبرتغال واسبانيا والسويد وسويسرا وبريطانيا.

و خلصت الدراسة إلى أن:

أ المصارف تحمِل القروض بمقدار المخاطر التي تتعرض لها.

ب أن المصارف تخفض أسعار القروض عندما تكون أكثر اعتماداً على الإيرادات غير ائتمانية.

**12. A comparison of syndicated loan pricing at investment and commercial banks (marteno , donald & yi ,2006)**

أجريت هذه الدراسة في أمريكا على القروض الممنوحة من المصارف الاستثمارية في الفترة من 1996-2002 وقد شملت الدراسة المصارف الاستثمارية التي يبلغ إجمالي قروضها 2.6 بليون دولار أمريكي، وعلية فقد شملت الدراسة 7 مصارف استثمارية .

وبحثت الدراسة في الفروقات بين القروض المقدمة من المصارف التجارية والمصارف الاستثمارية.

وخلصت الدراسة إلى :

1. انه يوجد اختلاف بين البنوك التجارية والاستثمارية في طريقة تسعير القروض فالبنوك الاستثمارية تحمل قروضها بفوائد وعمولات اكبر منها في البنوك التجارية، وتكون نسبة تكلفة المخاطر في البنوك الاستثمارية أقل من تكلفة المخاطر في البنوك التجارية .

2. أن القروض المقدمة من قبل البنوك الاستثمارية ذات فترات استحقاق أكبـــر مـــن فتـــرات استحقاق القروض في البنوك التجارية وذات مبالغ أكبر وضمانات أكثر بحيث أصبحت هذه القروض شبيهة بالسندات بالنسبة للبنوك الاستثمارية.
3. بالنسبة لخصاص المقترضين من البنوك الاستثمارية فقد بينت الدراسة أن عـــدد الحاصـــلين على القروض أقل منه في البنوك التجارية وأن المقترضين من البنـــوك الاســـتثمارية ذوي ميزانيات أكبر وتدفقات نقدية أقل مقارنة مع المقترضين من البنـــوك التجاريـــة وأن نـــسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية بالنسبة للمقترضين من البنوك الاستثمارية تختلـــف عـــن مقترضي البنوك التجارية.

## التعليق على الدراسات السابقة

يلاحظ من الدراسات السابقة أنها لم تبحث في اثر مجموعة من العوامل التي تؤثر على أسعار الخدمات المصرفية، فبعضها بحث في أثر عوامل معينة بشكل منفرد كان أكثرها عامل التكلفة على قرار تسعير الخدمة المصرفية وأغفلت تأثير تداخل العوامل الأخرى على قرار التسعير، أو اثر التسعير على نشاط المصارف وربحيته، وبحثت أخرى أثر إيرادات المصارف من نشاطات معينة على أسعار باقي الخدمات ، وبحثت دراسات أخرى فروقات الأسعار بين أنواع المصارف، أما الدراسات التي بحثت في تأثير عدة عوامل على قرار التسعير فقد كانت في مجال الصناعة وفي بيئة تختلف عن البيئة الفلسطينية .

ويلاحظ تمييز الدراسات الأجنبية عن الدراسات العربية بكبر حجم العينة مما يعطي مصداقية أكبر لنتائج البحث، وأن معظم الدراسات السابقة توصلت إلى أن عوامل المخاطرة والتكلفة والمنافسة كانت في مقدمة العوامل المؤثرة في قرارات التسعير وإن اختلف ترتيبها.

وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات الأخرى أنها تبحث في مدى أهمية مجموعة من العوامل حُددت في الدراسة على قرار تسعير الخدمة المصرفية في المصارف العاملة في قطاع غزة الأمر الذي لم يبحث في أي من الدراسات السابقة، وستبحث الدراسة أيضا في أثر بعض خصائص المصارف على قرارات تسعير الخدمة.

# الفصل الثاني

## الخدمة المصرفية

- المبحث الأول: تعريف الخدمة المصرفية وخصائصها.
- المبحث الثاني: السعر المصرفي.
- المبحث الثالث: إستراتيجية تسعير الخدمة المصرفية.

# المبحث الأول

## تعريف الخدمات المصرفية وخصائصها

### مقدمة

برزت في الآونة الأخيرة أهمية الخدمات بحيث أصبح يذهب أغلب إنفاق الفـرد للخـدمات التي يحتاجها ويعزى ذلك إلى التطور الذي شهده العالم في قطاع الخدمات فقـد تجـاوز عـدد العاملين في السنوات الأخيرة في المجالات المختلفة للخدمات في العالم العربي حتى العام 1991 ما نسبته 45.7% من القوى العاملة و70.2%من إجمالي العاملين في الولايات المتحدة الأمريكية و66.6% في بريطانيا للفترة نفسها(العجارمة2005،ص19).

توضح الأرقام السابقة أهمية قطاع الخدمات في الاقتـصاديات العالميـة ويعتبـر قطـاع المصارف وما يقدمه من خدمات احد القطاعات الخدمية والتـي تحتـل أهميـة كبيـرة فـي الاقتصاديات العالمية بحيث أصبحت تسهل الحياة اليومية على الأفراد مثل خـدمات الـصراف الآلي و استلام الفواتير و البنك الناطق.

ويتطلب تسويق الخدمة بصفة عامة و الخدمة المصرفية بصفة خاصة جهوداً كبيرة لإقناع الجمهور بفوائدها وخاصة في مثل مجتمعنا الذي يعتبر أحد المجتمعات النامية .

و هذا المبحث يناقش مفهوم الخدمة وخصائصها ثم الانتقـال لتوضـيح مفهـوم الخدمـة المصرفية وما تتميز به من خصائص وأثرها على السعر.

**أولاً: تعريف الخدمة:**

إن الاهتمام المتزايد بالخدمات أدى إلى إعطاء مفاهيم متعددة ومتنوعة لها حيث إن بعض الخدمات يرتبط بشكل كامل أو جزئي مع السلع المادية بينما تمثل خدمات أخرى أجزاء مكملة لعملية تسويق السلع المباعة (الصياغة)، كما أن هناك أنواع أخرى من الخدمات لا ترتبط بالسلع المادية وتسويقها سواء كان ذلك بشكل جزئي أو كامل مثل (الخدمات المصرفية، خدمات التامين، الخدمات الصحية ...إلخ). هذا التباين في أنواع الخدمات أخضع مفهوم الخدمة لتفسيرات عديدة منها:

إن الخدمة "تمثل أوجه النشاط غير الملموس والتي تهدف إلى إشباع الحاجات والرغبات عندما يتم تقديمها وتسويقها للمستهلك الأخير أو المستخدم الصناعي مقابل أجر معين من المال على أن لا تقترن هذه الخدمات ببيع منتجات أخرى" ( الصميدعي و يوسف 2001،ص19).

وعُرفت الخدمة بأنها" تمثل عمل أو تسهيلات تقود للمساعدة في إنجاز الأعمال مقابل أجرٍ معين" ( الصميدعي و يوسف،2001،ص19).

وتعرف بأنها " نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة والتي تتضمن التفاعل مع العملاء أو مع خاصية الحيازة وليس نتيجة لانتقالها للمالك( العجارمة،2005،ص17).

كما تعرف الخدمة أيضاً بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطا أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس(أحمد،2007،ص 8).

**ثانياً: خصائص الخدمة: -**

تنسب للخدمة خمس خصائص رئيسة وإن تنوعت التقسيمات والخصائص وهي (العجارمة،2005،ص32):

1. غير ملموسة : حيث إنه ليس لها كيان مادي وإنما تمثل مجالاً حسياً أو نظرياً .
2. التنوع : بمعنى أنها ليست معيارية أي غير قابلة للقياس ومتغيرة بشكل عالٍ لأن ظروف تقديم نفس الخدمة يمكن أن يختلف من مره لأخرى تبعاً لاختلاف الظروف المحيطة أو اختلاف الحالة المزاجية لكل من مقدم الخدمة أو طالبها.

3. التلازمية : فالخدمة تنتج وتستهلك في آن واحد و بمشاركة طالب الخدمة بالعملية.
4. التلاشي : بما أنها غير ملموسة وذات خاصية تلازمية فلا يمكن تخزينها وتتلاشى بمجرد تقديمها .
5. عدم قابليتها للتملك : وبما أنها غير ملموسة وتستهلك مباشرة فهي غير قابلة للتملك ولكن قد ينتج عنها نقل للملكية.

**ثالثاً: مفهوم الخدمة المصرفية**

إن العمل المصرفي يندرج ضمن الأنشطة الخدمية التي يتمثل عملها الرئيسي في قبول الودائع المصرفية المختلفة ومن ثم منحها على شكل قروض مما يعني ارتباطها ارتباطاً وثيقاً بقبول الودائع، إضافة لتقديم خدمات يتميز بها مصرف عن آخر وتكسبه ميزة تنافسية (ابوموسى،2000،ص52).

فمفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة حيث إنها نشاط يحصل عليه العميل من الأفراد أو الآلات التي تقدم من خلالها، وإن مستوى الإشباع يرتبط بمستوى أداء الأفراد أو الآلات (الصميدعي ويوسف،2001،ص63) .

كما فُسرت بأنها " مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكائن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها النفعية والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين (العجارمة،2005،ص32).

وفي مفهوم آخر للخدمة المصرفية "عبارة عن مجموعة من الأنشطة و المنافع غير الملموسة التي يعرضها المصرف للبيع وتتضمن الحسابات الجارية والتوفير لأجل والتحويلات والقروض بأنواعها وتبديل العملات"(جبر،2007،ص80).

من خلال التعريفات السابقة يلاحظ بأنها أشارت للفصل بين الخدمات المعروضة للبيع مباشرة وتلك التي تقدم مرتبطة بالآلات مع التأكيد على أنها غير ملموسة ولا تحول ملكيتها بالرغم من انه قد ينتج عنها نقل ملكية وتقدم في الغالب من خلال جهد موظفي ومدراء

المصارف وأيضا من خلال بعض الأجهزة العديدة مثل الصراف الآلي والكمبيوتر، كما أن الخدمة المصرفية لا يمكن فصل إنتاجها عن استهلاكها من قبل عملاء المصارف وتختلف الخدمات باختلاف مقدم الخدمة وأحيانا تختلف عند نفس مقدم الخدمة باختلاف وقت تقديمها.

**رابعاً: خصائص الخدمة المصرفية:**

من أساسيات المهارة في إتقان فن تقديم الخدمات المصرفية هي إدراك موظفي المصرف من المتعاملين مباشرة مع العملاء وغيرهم للطبيعة المتميزة للخدمة المصرفية ويمكن إيجاز خصائص الخدمة المصرفية في الآتي:

**1.منتجات غير ملموسة:**

تتصف الخدمات المصرفية بأنها غير ملموسة حيث إنها لا تشغل حيزاً من الفراغ، لذا فان المصارف تعتمد على الجهود الترويجية التي يمكن من خلالها شرح وتوضيح مزايا الخدمات المقدمة، فالخدمة المصرفية تتميز بأنها تباع أولا ومن ثم يشعر العميل بقيمة التعامل بها ومدى إشباعها لحاجاته بمعنى أنه يلمس مزاياها بعد التعامل بها وليس قبل التعامل بها (معلا، 1994،ص53).

**2.تكامل الخدمة المصرفية (التلازم):**

كما ذكر سابقاً أن من خصائص الخدمة أنها تتميز بعدم إمكانية الفصل بين إنتاجها وتوزيعها بمعنى أنه لا يمكن إنتاج الخدمة وتخزينها ومن ثم بيعها لذلك فان أسلوب البيع الوحيد للخدمة المصرفية هو أسلوب البيع المباشر من خلال شبكة فروع المصرف ( الصميدعي ويوسف،2001،ص64).

**3.فردية النظام التسويقي للخدمة المصرفية:**

من المعروف أن للتوزيع طرقاً وقنوات عديدة سواء بالبيع المباشر أو بالاعتماد على الوكلاء أو تجار التجزئة، إلا أن الخدمة المصرفية تتصف باعتمادها على نظام التسويق الفردي والمباشر من خلال شبكة الفروع الأمر الذي يجعل عملية الرقابة على الأداء سهلة بمعنى أن بيع الخدمة المصرفية يعتمد على العلاقات الشخصية بين الموظف والعميل (معلا،1994،ص54).

**4.صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية:**

إن الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف لا تختلف عن بعضها إلا في حدود ضيقة فهي على قدر كبير من التشابه والنمطية، الأمر الذي يدفع بمسوقي الخدمة المصرفية للبحث عن هوية مستقلة لكل خدمة على حدة وذلك لبيع جميع الخدمات التي يقدمها المصرف لتحقيق التنوع في بيع الخدمات وبالتالي توزيع المخاطرة على عدة أنواع من المنتجات وعدم تركزها في أنواع محددة أو قليلة الأمر الذي يدفع باتجاه تقليل تكلفة المخاطرة وبالتي فان هذا يعطي مرونة أكبر لمتخذي قرارات التسعير للتحكم في سعر الخدمة (الخضري،1999،ص43).

**5.الانتشار الجغرافي:**

تقوم المصارف بإنشاء شبكة فروع لها كي تستطيع تقديم وعرض خدماتها للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المنتفعين وبالتالي زيادة عدد الوحدات المباعة من الخدمات الأمر الذي يؤدي لتقليل التكلفة (العجارمه،1999،ص33).

**6.المدى الواسع للخدمات المصرفية:**

تتقدم المصارف بمجموعة واسعة من الخدمات حيث إن الخدمات المصرفية تحتاج لبعضها البعض على أساس أن العميل يحتاج لمجموعة من الخدمات عدا عن أن التنوع في تقديم الخدمات المختلفة يحقق احتياجات ورغبات العميل والتنوع في الخدمات يقلل من تركز المخاطر في العمل المصرفي (معلا،1994،ص89).

**7.الموازنة بين النمو والمخاطر:**

من المعروف أن من أهم المشاكل التي تواجه المسئولين في المصارف هي المخاطر التي يتعرض لها المصرف نتيجة قيامة بالأنشطة الاعتيادية وخاصة الائتمانية منها والاستثمار في الأوراق المالية ولتحقيق هذا التوازن تلجأ المصارف عادة لتنويع مجالات العمل وتوسيع الانتشار الجغرافي لذا فان المصارف تلجأ لعرض منتجاتها بأشكال مختلفة وأسعار مختلفة لتحقيق التوازن مع المخاطر (حمد،2004،ص3).

**8. تقلبات الطلب:**

ومن مميزات الخدمة المصرفية حدوث التقلبات في الطلب على خدمة معينة دون غيرها لأسباب طارئة أو ظروف موسمية مثل طلبات القروض للطلبة الجامعيين في بداية كل فصل

دراسي أو طلبات التسهيلات للتجار قبل مواسم الأعياد أو طلبات بطاقات الصراف الآلـــي فـــي أوقات صرف الرواتب (الخضري،1999،ص26).

**9.صعوبة الرقابة على الجودة:**

أن الخدمات المصرفية تستهلك أثناء إنتاجها فمقدم الخدمة ومتلقيها يكونان جزأً متكاملاً من عملية تقديم الخدمة مما يجعل من الصعوبة الرقابة وضبط الجودة كما هو الحال فـــي منظمـــات الإنتاج السلعي لذا فان الرقابة على جودة الخدمة المصرفية يتطلب جهوداً اكبر منها في الرقابـــة على جودة السلع ولعل هـــذه الخاصـــية تزيـــد مـــن تكلفـــة الخـــدمات المقدمـــة (الـــصميدعي ويوسف،2001،ص65).

**10. الاعتماد على الودائع:**

تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية و التي تمثـــل المـــصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح(احمد،2007،ص10).

## خامساً: خصائص الخدمات المصرفية وأثرها على سياسات التسعير

من الملاحظ إن الخصائص التي تتميز بها الخدمات المصرفية تفرض عدة مشاكل تحتم على مسوقي الخدمات تبني عدة استراتيجيات لتذليل هذه المشاكل، إلا أن بعض هذه الاستراتيجيات قد تؤدي لخلق تكاليف إضافية أو زيادتها في التكاليف وبالتالي تحميل المنتج بتكاليف إضافية التي قد تؤثر على أسعار الخدمات المقدمة وفيما يلي توضيح لأثر خصائص الخدمة المصرفية على أسعارها .

### 1.خاصية عدم الملموسية:

إن خاصية عدم الملموسية للخدمة المصرفية تثير العديد من المشاكل التي أهمها صعوبة تحديد سعر لها وصعوبة الرقابة على الجودة، فإقناع العملاء بدفع ثمن مقابل شيء غير ملموس أصعب منه في حالة السلع المادية، الأمر الذي يدفع بمسوقي الخدمة المصرفية لاستحداث طرق وأساليب غير المستخدمة في حالات السلع كما يحتاج الأمر لمسوقين على قدر من الكفاءة والدراية والتدريب لتقديم الخدمة وشرح ميزاتها وإقناع العميل بها وهذا كله بالطبع يمثل تكلفة إضافية يتم تحميلها على الخدمة، أما بخصوص الرقابة على الجودة فإن اهتمام المصارف بجودة الخدمة التي تقدمها يعتبر أحد أشكال المسئولية الاجتماعية عدا عن أن الرقابة على الجودة يشكل ميزة تنافسية للمصارف، فإذا أخذت المصارف على عاتقها مسئولياتها الاجتماعية فهذا يتطلب تكاليف إضافية قد تؤخذ بعين الاعتبار عند تسعير الخدمات المصرفية بالإضافة لصعوبة ضبط ورقابة الجودة للخدمة المصرفية بسبب عدم وجود كيان مادي لها مما يزيد من تكلفة الرقابة على الجودة، إلا أن خلق الملموسية للخدمة ليس مستحيلاً وهذا يتم من خلال تطوير العرض المادي الذي ينوب عن الخدمة على سبيل المثال تطوير بطاقات الائتمان والصراف الآلي ومن خلال هذا التطوير فان المصرف سيتحمل تكاليف إضافية بغض النظر عن مدى ربحية الخدمة المطورة ولكن ما يهمنا هنا هو أن هذه الخاصية أدت لخلق تكلفة جديدة تؤدي للتأثير على أسعار الخدمات التي يقدمها المصرف(العجارمة،2005،ص134).

### 2.بالنسبة لمشكلة عدم إمكانية فصل الخدمة عن مقدمها:

لحل هذه المشكلة يجب على المصارف اختيار وتدريب مقدمي الخدمات على كيفية تقديم الخدمة والتعامل مع المستفيدين عند تقديم الخدمة ، هذه الإستراتيجية تؤدي لخلق تكلفه يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عن تحديد سعر الخدمة المصرفية(مصطفى،2003،ص107).

3.**بالنسبة لخاصية المخاطر في تقديم الخدمة المصرفية**:

فعلى المصارف تنويع خدماتها والتنويع في أماكن تقديم الخدمات، وهذا كله يشكل تكلفة إضافية على الرغم أن التنويع والانتشار قد يؤدي لتقليل التكلفة وخاصة الثابتة منها لكن على المصارف الموازنة بين التكلفة والعائد عند اتخاذ قرارها بالتنويع.

4.**بالنسبة للفردية في تسويق الخدمات المصرفية**:

يمكن للمصارف التغلب على هذه المشكلة بإيجاد وكلاء لتقديم بعض أنواع خدماتها مثل الحوالات المصرفية، بهذه الطريقة يتمكن المصرف من إيجاد قنوات لتصريف خدماته بتكاليف منخفضة ويؤدي ذلك لزيادة الإيرادات من مصدرين الأول ثمن الوكالة والثاني العمولات التي يتقاضها المصرف من الوكيل مع ثبات التكاليف الذي يؤدي بطبيعة الحال لانخفاض في أسعار الخدمات المقدمة(الخضيري،1999،ص145) .

5. **أما بالنسبة لاعتماد بيع الخدمة المصرفية على العلاقات الشخصية بين الموظف والعميل**:

قد يعتمد المصرف على شخص أو أشخاص معينين في عملها فمثلاً قد يحتفظ بعض الموظفين بعلاقات جيدة مع كبار العملاء أو قد يكونوا سبباً في استقطاب ودائع كبيرة للمصرف ويصبح بقاء هؤلاء العملاء والودائع مرهوناً بالموظف لأن خسارتهم تعني خسارة في مصادر الأموال وخسارة إيرادات ، وتصبح المصارف مجبرة على دفع الرواتب أو المبالغ التي يطلبونها أو تمتعهم بميزات مكلفة مما يعني إنتاجية منخفضة للموظف مقارنة بالإنتاجية المعيارية للموظف والتي تحمل بدورها على المنتج(العجارمة،2005،ص135)..

6.**أما بخصوص اعتماد الخدمات المصرفية على الودائع** :

المعروف أن الحصول على الودائع يمثل تكلفة للمصرف وتعتبر تكلفة الودائع عاملاً مهماً في قرار التسعير فعلى سبيل المثال أسعار الفوائد على القروض والتسهيلات الائتمانية تتأثر ارتفاعاً وانخفاضاً بسعر الفائدة المدفوعة على الودائع، ويمكن للمصارف التغلب على هذه المشكلة بالتالي :

- إما بتنشيط و زيادة إيراداتها غير الفائدية من عمولات واستثمارات.
- أو اللجوء لضمان ودائعها لدى مؤسسات ضمان الودائع، فضمان الودائع يؤدي لتخفيض أسعار الفوائد المدفوعة بسب نقص المخاطرة بالنسبة للعميل بالتالي ستنخفض أسعار الفوائد المقبوضة على القروض، كما إن ضمان الودائع يشجع المصارف على

الدخول في عمليات ذات مخاطر أعلى لم تكن لتقدم عليها بدون ضمان للودائع مما يعني عوائد أعلى(الحاج حسن،2007،ص30).

## المبحث الثاني

## السعر المصرفي

**مقدمة**

يعتبر قرار تسعير الخدمات التي تقدمها المصارف من أهم القرارات المؤثرة في ربحية المصارف بل وفي قدرته على التكيف والبقاء في السوق، وقرار التسعير ليس قراراً تسويقياً فحسب بل إنه يمس كل أوجه نشاط المصارف فهو يقرر لدرجة كبيرة قيمة الإيرادات السنوية للمصرف التي لا بد أن تقابل مصروفاته وتؤدي محصلة ذلك إلى ربح صاف كاف لمواجهة متطلبات كفاية رأس المال هذا بالإضافة إلى أن سياسة التسعير المتبعة تعكس الأهداف العامة للمصرف ومكانة المصرف ويتفاعل السعر مع تركيبة السوق بوجه عام ومع المنافسة بين المصارف في مجال تقديم أنواع معينة من الخدمات بوجه خاص(جهماني والعمري،2003،ص696).

هذا المبحث يناقش مفهوم السعر بشكل عام والسعر المصرفي بشكل خاص وكذلك عملية التسعير بحد ذاتها.

**تعريف السعر:**

يمثل السعر بالنسبة للمستهلك تلك القيمة النقدية أو العينية التي تحدد من قبل المنتج ثمناً لسلعته أو خدمته وما تمثله من منافع أو فوائد، وينظر للسعر على أنة تلك القوة الشرائية التي يظهرها المستهلك للحصول على السلعة أو الخدمة المطلوبة (الضمور،2003،ص1).

ولا يمكن تحديد مفهوم للسعر قبل أن يتم مقارنته بالقيمة أو المنفعة وهي مفاهيم متفاوتة وذات علاقة ببعضها البعض، فالمنفعة هي خاصية الخدمة التي تجعلها قادرة على إشباع الحاجات وتحقيق الرغبة.

ويضيف (الصميدعي ويوسف،2001،ص286) بأن "السعر يعبر عن انعكاس أو تجسيد لقيمة الشيء بالنسبة للمستهلك خلال فترة معينة.

من التعريفات السابقة يتضح أن السعر يتميز بالتالي:

1.هو التعبير عن قيمة السلعة أو الخدمة من قبل المنتج أو من قبل المستفيد .

2. يتم التعبير عن قيمة السلعة أو الخدمة بالنقود .

3.السعر يدفع لتحقيق رغبات وحاجات المستفيد.

4.إن هذا التقييم للسلعة أو الخدمة يكون لفترة محدودة .

إلا أن التعاريف السابقة قد تكون صحيحة في ظل حالة الاحتكار حيث أغفلت عوامل العرض والطلب وحالات المنافسة بالإضافة لتجاهلها مهارات التفاوض.

ويُعرف السعر بأنة "قيمة المنتج التي يمكن تعديلها صعوداً أو هبوطاً وفقاً لمتغيرات داخلية وخارجية تحيط بعمل المؤسسة وبما يتفق وإمكانات الشراء لدى المنتفعين ووفق أذواقهم(عبيدات،2004،ص20).

وباستعراض التعريفات السابقة يعتقد الباحث أن التعريف الأخير هو الأنسب حيث يعتبر أكثر تعبيرًا عن السعر إذ يراعي المرونة في تحديد السعر بجانب الظروف البيئية الداخلية والخارجية التي تتعامل معها المؤسسة بالإضافة لمراعاته للقوة الشرائية للمستهلكين ومدي توافق السعر مع أذواقهم .

**عملية التسعير**

تعرف بأنها قرار تحديد الأسعار الذي يتخذ من خلال عملية إدارية متكاملة مع مراعاة جملة أمور تتداخل في مفهوم السعر، فالتسعير هو وضع أسعار عالية بما يكفي لتغطية التكاليف والحصول على الأرباح من جانب، وأسعار منخفضة بما يكفي لاجتذاب الزبائن من جانب آخر والتسعير الأمثل ليس طريقة لتغطية تكاليف وإحداث غطاء إيجابي فحسب بل إنه إستراتيجية كبيرة يجب أن تأخذ بالاعتبار كل الأهداف التسويقية خلال عملية التسويق(البكري 2005،ص56).

فمثلاً عند تحديد أسعار الفائدة هناك أسس ينظر إليها في البداية عند تحديد تكلفة الأموال وبالتالي تحديد سعر الفائدة المدينة فضلاً عن النظر إلى السيولة وأوضاع السوق والقدرة الإدارية على إدارة الأموال لدى المصرف (التميمي،2003،ص3).

وتعرف عملية التسعير بأنها فن ترجمة القيمة في وقت معين ومكان معين للسلع والخدمات المعروضة إلى قيمة نقدية وفقاً للعملة المتداولة في المجتمع مع الأخذ بالاعتبار الظروف الداخلية للمنشأة (البيحاني،1999،ص5).

ويلاحظ أن التعريف الأخير هو الأنسب حيث يأخذ بالاعتبار جميع الظروف المكانية والزمانيه المحيطة بالمنشأة وكذلك ظروف المنشأ الداخلية.

**مفهوم السعر المصرفي**

يشير مفهوم السعر المصرفي إلى معدل الفائدة على الودائع والقروض والرسوم والمصروفات الأخرى التي يتحملها المصرف لقاء تقديم الخدمات المصرفية أو العمولات التي يتلقاها المصرف نتيجة تقديمه الخدمات للغير(معلا،1994،ص153).

فسعر الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل يمثل إجمالي المنافع التي يتوقع الحصول عليها عند استخدامه للخدمة المصرفية (الصميدعي ويوسف،2001،ص286).

على ضوء ذلك فان نجاح المصرف يعتمد على تحديد أسعار خدماته المصرفية بالشكل الذي يتم خلق التوازن بين قيمة الخدمة وما يتوقعه العميل من منافع من هذه الخدمة، ومن ناحية أخرى فان السعر يعتبر محدداً أساسيا لربحية المصرف.

## أثر السعر في ربحية المصرف

يعتبر السعر محدداً لربحية المصرف للأسباب التالية (جبر2007،ص110):

1. تشكل الأسعار التي يدفعها العملاء للمصرف لقاء الخدمة المصرفية المصدر الرئيس لدخل المصرف.
2. تؤثر أسعار الخدمات المصرفية على حجم أعمال المصرف.
3. توثر أسعار الخدمات المصرفية على حجم الودائع التي تعتبر المصدر الرئيس لتمويل عمليات المصرف ، كما تؤثر أسعار الفوائد على القروض على حجم التسهيلات الائتمانية وبالتالي تؤثر على أرباح المصرف.

## أهداف التسعير المصرفي

تشكل عملية وضع أهداف التسعير للخدمة المصرفية المهمة الأساسية للمخططين الاستراتيجيين ذلك أن تحديد أهداف التسعير بوضوح وبشكل مرن تساعد المخططين في وضع الأطر النظرية والسياسات الواقعية الخاصة بالتسعير (عبيدات،2004،ص20)، عدا عن أن سعر الخدمة يؤثر في رضا العملاء، فقد أشارت عدة أبحاث إلى أن العميل يقوم بعمل مقارنات بين معالم وأبعاد الخدمة المقدمة له فقد يقارن العميل بين سعر الخدمة ومستوى جودة الخدمة(زعرور،2003،ص 63)

وللمصارف أهداف تسعى لتحقيقها من عملية التسعير تقسم لثلاث مجموعات:

### 1. مجموعة الأهداف المرتبطة بالتعامل:

أ. الوصول إلى أكبر عددٍ ممكن من العملاء:

هذا الهدف مرتبط بالحصة السوقية من العملاء في السوق المصرفي أي حجم عملاء المصرف منسوباً إلى الجمهور المصرفي، فبعض المصارف تهدف من تسعير خدماتها للحفاظ على هذه النسبة أو زيادتها ويكون عنصر التسعير أحد الأدوات لتحقيق ذلك، ولعل هذا الهدف يتميز بمرونة السعر وقابليته للتكيف مع أوضاع المصرف التنافسية وقبول المصرف بخسائر

محدودة بشكل مؤقت في سبيل تعظيم الحصة السوقية من العملاء وتحقيق الأرباح على المدى الطويل (العجارمة،2005،ص285).

ب. المحافظة على الحصة السوقية للمصرف في السوق:

بعض المصارف ترى أن وضعها مثالي في السوق فتحاول المحافظة عليه بدون إيجاد صراعات مع المنافسين والعمل على تحقيق نوع من الاستقرار الأمر الذي يؤدي لتوليد صورة ايجابية لدى العملاء نتيجة استقرار الأسعار وهو شيء محبذ لدى العميل **(Macdonald,Koch,2006,p354)**.

**2 .مجموعة الأهداف المرتبطة بالأرباح** (العجارمة،2005،ص287):

أ- تعظيم الأرباح:

حيث يعد الربح أحد الأهداف الأساسية للمصرف وهو ما يعنى بتحقيق معدلات معقولة من الأرباح للمساهمين ويختلف مستوى الأرباح المطلوب من مصرف لآخر.

ب- تعظيم العائد على الاستثمار:

فقد يكون الهدف من عملية التسعير هو تحقيق نسبة العائد المطلوبة على الأموال المستثمرة في المصرف، لذا فقد تقوم إدارة المصرف بتحديد الأسعار على أساس هذه النسبة بمعنى أن يتم إضافة نسبة العائد المطلوبة لتكلفة الخدمة.

**3 مجموعة أهداف مرتبطة بالمحافظة على القيم:**

أ- المحافظة على الصورة الذهنية للمصرف:

وذلك من خلال التميز في تقديم الخدمة المصرفية في أذهان العملاء والذي يؤدي بشكل ما لإدراك الفروقات بين ما يقدمه المصرف من خدمات والمصارف الأخرى(الصميدعي ويوسف،2001،ص291).

ب- تحقيق مستوى عالي من الجودة:

فقد يكون هدف المصرف شريحة من المجتمع تتصف بعدم حساسيتها للسعر وينصب اهتمامها على جودة الخدمة التي يحصلون عليها وهذا الهدف يتطلب جودة عالية للخدمة مما يعني تكلفة عالية و بالتالي أسعار أعلى (العجارمة،2005،ص286).

4. المحافظة على نوعية الائتمان مع نظم قوية لإدارة المخاطر:

وقد يكون أحد أهداف المصرف هي سلامة المركز المالي للمصرف والمحافظة على استقراره ومكانته في السوق، كما تتميز هذه السياسة بعدم التهور في تقديم القروض ولا تسمح هذه السياسة بتركيزات الائتمان، ومن نتائج هذه السياسة أرباح متدنية وهي الأدنى في خسائر القروض من بين السياسات الأخرى (Macdonald & Koch,2006,p354).

و يلاحظ هنا أثر الأهداف في أسعار الخدمات المصرفية وذلك كالتالي:

- فالأهداف الموجهة نحو السوق تتميز أسعارها بالمرونة أو الانخفاض الذي قد يصل إلى حد الخسارة بشكل مؤقت.

- أما الأهداف المرتبطة بالأرباح، فهدف الربح يؤدي لان تكون الأسعار مرتفعة في سبيل تحقيق الربح، ولكن هذا لا يعني أن تكون الأسعار مرتفعة دائماً خاصة إذا كانت التكاليف متدنية أو العوائد المطلوبة متدنية.

- أما الأهداف المرتبطة بالمحافظة على القيم: فهي تتميز بسعيها للمحافظة على صورة المصرف كمصرف يقدم خدمات ذات جودة عالية وآمنه الأمر الذي يؤدى لزيادة التكلفة وبالتالي زيادة الأسعار وتتميز هذه السياسة أيضا بتدني أرباحها نظراً لقلة المخاطرة وعدم السماح بالتركزات في الائتمان في هذه السياسة وبالتالي قلة الأرباح مما يدفع المصرف لزيادة أسعاره لتحقيق معدلات الأرباح أو العوائد المطلوبة.

**متخذو قرارات التسعير**

يجب على إدارات المصارف أن تحدد الجهة المسئولة عن عملية التسعير وتختلف المصارف في هذا الأمر، ففي المصارف الصغيرة تقع مسئولية التسعير على عاتق الإدارة العليا، أما في المصارف الكبيرة فإن مسئولية التسعير تناط بمسئولي الدوائر والفروع (معلا،1994،ص157).

فقد تقوم بعض المصارف بتشكيل لجان لتسعير خدماتها تكون مكونة من دوائر التسويق والعمليات والتسهيلات والفروع والمحاسبة الإدارية والتخطيط والكمبيوتر وتقوم هذه اللجان بالاجتماع بشكل منتظم أو عند الحاجة وتسليم مقترحاتها للإدارة العليا لمراجعة الأسعار (الباسط،1988،ص144).

ويرى الباحث انه "لكي لا يتم التخطيط للسعر بمعزل عن رغبات وحاجات الزبائن يجب عدم إغفال دور المستويات الإدارية المختلفة في عملية التسعير وخاصة التي تتعامل مع الجمهور، وذلك بسبب إن هذه المستويات على اطلاع دائم بحاجات ورغبات العملاء، بالإضافة إلى أن هذه المستويات قد تكون رافداً مهما للمعلومات من واقع تعاملها المباشر مع الزبائن.

**متى تتخذ قرارات التسعير**

قرارات التسعير تتخذ عند تسعير خدمة جديدة أو تغيير أسعار خدمات موجودة، أو في حال حدوث تغيير مفاجئ في الكلفة أو عندما يبدأ المنافسون بتغيير أسعارهم أو عندما تسمح السلطات المختصة بذلك أو عند تغير الأهداف الإستراتيجية للمصرف، إن إستراتيجية التسعير تُعنى بتحديد مستويات الأسعار ومقدار تجاوبها مع أهداف المصرف وربحية الخدمات المعروضة في السوق.

لذا فان على الإدارة العليا الاهتمام بقرار التسعير نظراً لنتائجه المباشرة على ربحية المصرف وأهدافه، وبما أن تكلفة الخدمة عامل أساسي في اتخاذ قرار التسعير يجب مشاركة دوائر المحاسبة و العمليات في إعداد المعلومات والبيانات اللازمة (الباسط،1988،ص145).

وعموماً فان قرارات التسعير تتخذ غالباً في حالتين رئيسيتين هما(معلا،1994،ص175):

**1. تسعير الخدمة المصرفية الجديدة**

عند تسعير الخدمة المصرفية الجديدة فإنه غالباً ما يكون أمام إدارة المصرف ثلاثة أهداف تسعى إلى تحقيقها وهي:

أ- تحقيق قبول سريع للخدمة المصرفية الجديدة من قبل العملاء.

ب- المحافظة على وضع المصرف في السوق.

ت- تحقيق الربح.

وفي هذه الحالة هناك ثلاث استراتيجيات يمكن إتباعها، إستراتيجية القشط، إستراتيجية التغلغل، الإستراتيجية النفسية

**2 تسعير الخدمات المصرفية الحالية (معلا،1994،ص178 )**

قد يضطر المصرف لتغيير أسعار الخدمات القائمة فتقديم الخدمات الجديدة ليست هي الحالة الوحيدة التي يحتاج فيها المصرف لتحديد استراتيجيات التسعير فقد يقوم المصرف بتغيير أسعار

خدماته لأسباب قد تكون داخلية أو خارجية وفيما يلي توضيح للأسباب التي قد تدفع بالمصرف لتعديل أسعاره

**فالأسباب الداخلية تتمثل في:**

1.تنشيط الطلب على خدمة معينة تعاني من انخفاض حصتها السوقية .

2.التغيرات في تكلفة الخدمات المقدمة.

3.عدم وجود انسجام بين الخدمات التي تنتمي لنفس المجموعة.

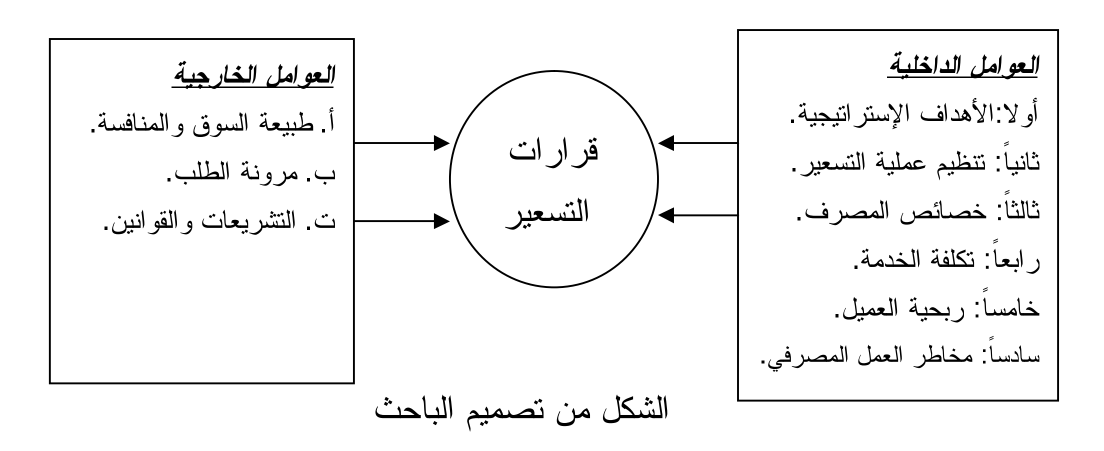
**أما الأسباب الخارجية فتتمثل في:**

1. إذا كانت أسعار بعض الخدمات أعلى نسبياً من أسعار الخدمات المماثلة في المصارف الأخرى .
2. عدم ملاءمة أسعار الخدمات المقدمة مع إمكانيات وحاجات بعض الشرائح في المجتمع.
3. اعتقاد العملاء بأن أسعار الخدمات المقدمة مرتفعه عند مقارنتها بأسعار الخدمات المماثلة في المصارف الأخرى.
4. تعديل الأسعار استجابة لظروف المنافسة.
5. تعديل الأسعار استجابة للتشريعات والأنظمة والقوانين.

**العوامل المؤثرة في قرارات التسعير**

شكل رقم (2)

العوامل المؤثرة في قرارات التسعير




الشكل من تصميم الباحث

**أولا. العوامل الداخلية:**

**العامل الأول .الأهداف الإستراتيجية للمصرف:**

من الاعتبارات المهمة التي يجب مراعاتها من قبل متخذي قرار التسعير هي الأهداف التي يسعى المصرف لتحقيقها سواء أكانت أهدافه موجهه للسوق أو لتحقيق الربح أو للحفاظ على القيمة، فإستراتيجية المصرف هي الإطار الذي يتم من خلاله تحديد السعر سواء أكان سعراً مرناً أو منخفضاً أو سعراً مرتفعاً(معلا،1994،ص158).

**العامل الثاني .تنظيم عملية التسعير:**

في هذا الإطار يجب على إدارة المصرف أن تحدد الجهة المنظمة لعملية التسعير والتي عادة ما تناط هذه المسئولية بلجنة متخصصة للتسعير وخاصة في المصارف الكبيرة ، فهذه اللجان يجب أن تضم خبراء ومتخصصين في المحاسبة والتسويق والإدارة والتكنولوجيا والذين يجب أن يكونوا على قدر كاف من الدراية و الخبرة كذلك يجب أن يتوافر لدى المصرف نظم المعلومات اللازمة ،كل ذلك للوصول للسعر الصحيح وتلافي أخطاء التسعير (معلا،1994،ص158).

**العامل الثالث خصائص المصرف**

من المعروف أن أحد خصائص المصارف هو نوع المصرف ،بمعنى طبيعة النشاط الذي يمارسه المصرف ومثال ذلك المصارف التجارية وهي الأكثر انتشاراً والمصارف المتخصصة

مثل المصارف العقارية والزراعية والاستثمارية، فطبيعة نشاط المصرف تؤثر على أسعار الخدمات كما يلي**(marteno, Donald & yi,2006,p20,p21)**

أ. مصادر الأموال:

نظراً لطبيعة نشاط المصارف المتخصصة كالاستثمارية مثلاً فان مصادر الأموال لديها تكون ذات تكلفة أعلى ومرد ذلك أن المصدر الأساسي لأموالها من أرباح الاستثمارات في أسواق المال والقطاعات الاقتصادية الأخرى حيث أن العائد على الاستثمار أعلى من العائد المدفوع على الودائع، وبالتالي فمن المتوقع أن يؤدي ذلك لتحميل خدمات المصرف بفوائد وعمولات أعلى من نظيرتها في المصارف التجارية .

ب. النواحي التنظيمية:

أن طبيعة عمل المصارف التجارية يفرض عليها الالتزام بنسب احتياطي معينة مفروضة سواء على الودائع أو بنسب المخصصات على التسهيلات والتي تكون أعلى من نظيرتها في المصارف الاستثمارية ،عدا عن ضرورة الالتزام بمعايير كفاية رأس المال الأمر الذي يؤدي إلى زيادة تكلفة الأموال لديها وتخفيض العائد لدى المصرف التجاري، وهذه النسب والمخصصات تكون متدنية في المصارف الاستثمارية الأمر الذي يعفيها من تعطيل أموال المخصصات والاحتياطيات، وعلية ستنخفض تكلفة الأموال ويتبعها تخفيض الأسعار.

ت. علاقة العميل بالمصرف:

إن نوع المصرف وطبيعة نشاطه تؤثر في علاقته بعملائه، ففي المصارف التجارية تكون العلاقة أقوى منها في المصارف الاستثمارية، ومرد ذلك إلى تعدد وتنوع الخدمات التي تعرضها المصارف التجارية مقارنة مع المصارف المتخصصة وعلية فان تعدد وتنوع الخدمات يؤدى لزيادة ربحية المصرف من عملائه الأمر الذي يدفع بالمصارف التجارية لتحصيل عمولات وفوائد أقل من عملائها.

**العامل الرابع. عامل التكلفة**

تلعب التكلفة دوراً رئيسياً في وضع الأساس الذي تعتمد علية إدارة المصرف في تحديد سعر الخدمة، حيث إنه من المفترض أن أي سعر يتم وضعه يجب أن يكون كافياً لتغطية التكاليف والتي تشتمل على تكلفة الحصول على الأموال وتكاليف التشغيل وتكاليف المخاطرة بالإضافة لهامش الربح، وتعتمد الإدارة عند تحديد السعر على أساس التكلفة أن السعر يتكون من

تكلفة الخدمة مضافاً إليها نسبة الربح، وفي ظل وجود بيانات تكاليف ونظام متكامــل لمحاســبة التكاليف تبدو هذه الطريقة من أفضل وأسهل الطرق لتسعير الخدمات لــضمانها تحقيــق الــربح المستهدف، إلا أن هذه الطريقة لا تأخذ بالحسبان الوضع التنافسي أو قدرة الزبــائن علــى دفــع أسعار الخدمات المقدمة وفيما يلي أهم الأساليب المستندة للتكلفة في تسعير الخدمة المصرفية:

**أ- التسعير على أساس التكلفة الكاملة**

لهذا الأسلوب عدة مسميات منها التكلفة الكلية أو التكلفة الكاملة أو الإضافة إلى التكلفــة أو التسعير على أساس الهامش، فبموجب هذه الطريقة يتم تسعير الخدمة المصرفية بتحميلها كافــة التكاليف الثابتة والمتغيرة مضافاً إليها هامش ربح قد يمثل نسبة معينة مــن التكلفــة الإجماليــة لغرض مقارنة التكاليف الإجمالية بالإيرادات الناتجة عن العمليات المصرفية للوصــول لنتيجــة النشاط(من ربح أو خسارة) سواء على مستوى مركز التكلفة أو للمصرف ككــل لفتــرة زمنيــة معينة(بارود،2007،ص،48)، ويجب التأكيد على أن التسعير الاعتيادي للخدمة المصرفية لا بد أن ينطلق من مبدأ تغطية التكاليف في الأجل الطويل إذا ما أراد المصرف تحقيق الربح في ذلك الأجل، ولتطبيق هذا الأسلوب لا بد من تتبع سلوك التكاليف الثابتة والمتغيرة ففي الوقــت الــذي تكون فيه التكاليف المتغيرة واضحة وسهلة التتبع تكون الصعوبة في كيفيــة توزيــع التكــاليف الثابتة(جعفر،2002،ص191) .

**ب- التسعير على أساس استيعاب هامش الربح لبعض التكاليف والمصاريف:**

هناك طريقتان يمكن بموجبهما أن يشمل هامش الربح للتكاليف غير المحتــسبة ضــمن هيكل التكلفة الأساسية للخدمة وهي:

**ب.1. التسعير على أساس الامتصاص الجزئي للتكلفة**

يحدد هيكل (أو قاعدة) التكلفة بموجب هذه الطريقة على أنه لا يشمل التكــاليف الإداريــة بما فيها تكلفة ترويج الخدمات المصرفية، ويحدد هامش الربح بنسبة مئوية من قاعدة التكلفة يــتم توسيعه لتغطية الربح المطلوب والتكلفة الإدارية العامة التي يصعب تخصيصها حــسب أقــسام المصرف، ومن أمثلة التكاليف العامة الإدارية العامة راتب المدير العام والاستشارات القانونيــة وأجور المدققين الخارجيين، وتستخدم نسبة العائد على الاستثمار في تحديد هامش الــربح فــي العديد من المصارف (جعفر،2002،ص192).

**ب.2. التسعير على أساس هامش المساهمة:**

يعتمد هذا الأسلوب على تقسيم التكاليف إلى ثابتة ومتغيرة و يتم بموجب هذا الأسلوب احتساب التكلفة المتغيرة ضمن هيكل تكلفة الخدمة و يتم استبعاد التكاليف الثابتة من الهيكل الأساسي للتكلفة وعند تحديد هامش الربح يؤخذ بالحسبان أن هذا الهامش يجب أن يغطي جزء التكاليف الثابتة بالإضافة للربح المطلوب، ويعود السبب وراء استخدام هذا الأسلوب لصعوبة تخصيص التكاليف الثابتة وللوقت والمصاريف التي تتطلبها هذه العملية ،هذا إلى جانب ما يطرحه مؤيدو هذا المنهج من سهولة في التطبيق. (الشماع،1999،ص 112).

**ج.التسعير على أساس التكلفة الإضافية**

بموجب هذه الطريقة يتم تحديد سعر الخدمة المضافة على أساس التكلفة الناشئة عن تقديم هذه الخدمة فقط ، وإذا كان لدى المصرف طاقة غير مستغلة فان زيادة خدمة جديدة سوف لن يكلفه المصرف إلا تكاليف الخدمة الأمر الذي يعطي فرصة للمصرف لتقديم خدمات بأسعار منافسة بسبب عدم تحميلها بعبء التكاليف الثابتة (العمري،2003،ص46).

وفيما يلي جدول يوضح الفرق بين طرق التسعير على أساس التكلفة

جدول رقم (1) للمقارنة بين طرق التسعير على أساس التكلفة

| الأسلوب / وجه المقارنة | أسلوب التكلفة الكلية | أسلوب استيعاب هامش الربح: أسلوب الامتصاص | أسلوب استيعاب هامش الربح: أسلوب المساهمة | أسلوب التكلفة الإضافية |
|---|---|---|---|---|
| **هيكل التكلفة** | جميع التكاليف | جميع التكاليف عدا الإدارية العامة | يتم تقسيم التكاليف إلى ثابتة ومتغيرة و يتم احتساب المتغيرة فقط في هيكل التكلفة | التكلفة الناتجة عن إضافة الخدمة الجديدة |
| **هامش الربح** | نسبة مئوية من تكلفة الوحدة | **هامش الربح على أساس نسبة من التكلفة تغطي جزء من التكلفة غير المحتسبة + الربح** | | |
| **المميزات** | سهل الحساب في حال تم تخصيص التكاليف بشكل صحيح وتصلح في حالات التسعير طويل الأجل. | تعالج مشكلة تخصيص التكاليف الإدارية العامة المشتركة التي يصعب تخصيصها | سهولة التطبيق خاصة في حالة إضافة خدمات جديدة و تستخدم في حالات المنافسة الشديدة | زيادة فرص توسيع الخدمات وإضافة خدمات جديدة و خاصة في حالات و جود طاقة عاطلة |
| **العيوب** | صعوبة تخصيص التكاليف المشتركة ولا تصلح في حالات التسعير قصير الأجل. | تواجه مشكلة تخصيص التكاليف الثابتة | صعوبة الفصل بين عناصر التكاليف الثابتة والمتغيرة، ولا تحافظ هذه الطريقة على أموال المشروع في التسعير طويل الأجل | صعوبة قياس الطاقة القصوى والطاقة المستغلة في النشاط المصرفي بسبب صعوبة قياس طاقة الموظفين. |

**المصدر: من إعداد الباحث**

وهناك عدة إجراءات تواجه احتساب تكلفة الخدمة (الشماع،1999، ،ص 110) :-

أ- تخصيص التكاليف المشتركة على مجموعة الخدمات المقدمة الأمر الذي يتطلب إيجاد قواعد لتخصيص التكاليف التي قد تخضع للحكم الشخصي .

ب- اختيار نسبة الهامش المضاف للتكلفة الكلية فقد تكون نسبة من التكلفة، أو مستمدة من نسبة العائد على الاستثمار أو نسبة من العائد المطلوب على حقوق الملكية .

ت- ضرورة تعديل السعر الذي يتم التوصل إلية ليأخذ بالاعتبار الأسعار التي تحددها المصارف المنافسة .

**العامل الخامس. ربحية العميل**

ولها عدة طرق

**أ. فرض رسوم خدمة موحدة على الودائع الجارية**

يعد هذا الأسلوب من أقدم وأبسط الأساليب لتسعير الخدمة المصرفية حيث يعتمد على فرض رسوم موحدة على جميع الحسابات الجارية أو على التي يقل رصيدها عن مبلغ معين، فهو بالتالي لا يأخذ بالاعتبار نشاط الحساب أو حجم الأموال المودعة في الحساب و يتخذ هذا الأسلوب من بيانات التكاليف أساسًا له فهو يشير إلى الحد الأدنى من الرصيد الذي إذا قل عنه الحساب الجاري تصبح تكلفة الحساب أعلى من إيراده(العمري، 2003،ص44).

**ب. فرض رسوم على الخدمات المُقاسة**

تقوم بعض المصارف بفرض رسوم ثابتة على خدمات معينة واستثناء أخرى مثال ذلك إعفاء حركات الرواتب أو حركات الصراف الآلي من الرسوم بمعنى انه لا يتم احتسابها ضمن عدد الحركات المفروض عليها رسوم، أو يتم احتساب الرسوم حسب الأرصدة في الحساب أي تقسيم الأرصدة إلى شرائح و من ثم فرض رسوم عليها تتناسب عكسياً مع الأرصدة في الحساب(Macdonald& koch, 2006, p765) .

**ج.تحليل ربحية الزبون**

بمرور الوقت تطور هذا الأسلوب وأصبح الأسلوب الأكثر اعتماداً في المصارف المعاصرة، وقد بدأ استخدامه مع كبار العملاء ومنشآت الأعمال ثم اتسع استخدامه إلى كافة عملاء المصرف ويعتمد هذا الأسلوب على النظرة الشاملة لعلاقة العميل بالمصرف كون العميل صافي مقترض أو صافي مجهز للأموال ولعل من الأسباب التي دفعت لتطوير هذا الأسلوب (Macdonald& koch, 2006, p 765):

ج.1.أن العملاء لا يستخدمون جميع الخدمات مما يعني انه على المصرف تحديد تكلفة كل خدمة وبالتالي تحديد الأسعار المناسبة لها .

ج.2. أن المصارف في السابق اهتمت بعلاقة الإيداع فقط مع العميل وإهمال أسعار الخدمات الأخرى على اعتبار أن الإيداعات فقط هي التي تشكل مصدر الأموال الأمر الذي أدى لحدوث خسائر كبيرة وغير مبررة لدى المصارف العالمية في بداية الثمانينيات حيث انتشرت هذه الظاهرة بشكل كبير.

ج.3. أن المدراء الماليين في الشركات انتهجوا الأسلوب الانتقائي في تعاملاتهم مع المصارف بدلاً من الاكتفاء بعلاقة مصرفية كاملة .

**العامل السادس. مخاطر الأعمال المصرفية**

تعرف المخاطر بأنها احتمالية تعرض المصرف إلى خسائر غير متوقعة وغير مخطط لها و/أو تذبذب العائد المتوقع على استثمار معين، أن هذا التعريف يشير إلى الآثار السلبية الناجمة عن أحداث مستقبلية محتملة الوقوع لها قدرة على التأثير على تحقيق أهداف المصرف المعتمدة وتنفيذ استراتيجياته بنجاح (ابوكمال،2007،ص67).

إن التطور التقني في العمل المصرفي من ناحية، والتطور في استخدام الوسائل الإلكترونية والأموال الإلكترونية من ناحية أخرى، أدى لزيادة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف وتنوعها، وزيادة تعقيد العمليات المصرفية في سوق سمته المنافسة الشديدة، ولمقابلة هذا التطور والمخاطر المرتبطة به أصبح من الضروري مراقبة مستوى المخاطر التي تحيط بالعمل ووضع الإجراءات والسياسات الكفيلة بالسيطرة على هذه المخاطر أو تقليلها إلى حدود مقبولة وإلا كانت سبباً في حدوث خسائر ومن هذه الإجراءات (حفني ،2002،ص123).

- إنشاء دوائر الرقابة الداخلية والتفتيش كنشاط استشاري وتوجيهي يساعد في تحمل مسئوليات إدارة المخاطر .
- إنشاء الإدارات الخاصة بإدارة المخاطر بمختلف أنواعها.
- وضع البرامج الخاصة لإدارة المخاطر التشغيلية يمكنها أن تقدم الأمن والسلامة للمصرف.

إن الإجراءات سابقة الذكر تمثل عناصر تكلفة يتحملها المصرف في سبيل القيام بنشاطه المعتاد و تطوير أعمالة وتقديم الخدمات المختلفة وهذه التكاليف أحد العناصر المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية( النجار،2007، ص1).

وللمخاطر أشكال وأنواع عدة تؤثر في اتخاذ قرار التسعير للخدمة المصرفية كالتالي:

**أ. مخاطر الائتمان**

إن أي عملية إقراض تكتنفها أخطار معينه وتتفاوت هذه الأخطار تبعًا لكل عملية، ومن ثم يجب على المصرف المقرض أن يعمل كل ما في وسعه لمنع هذه الأخطار من أن تصبح حقيقة واقعة لأنه إن لم يفعل فلن يحقق العائد الذي يرجوه، وقد تقود هذه الأخطار إلى خسارة الأموال المقرضة أيضًا، لذا فإن المصرف المقرض يقدر خطر منح أحد الأفراد قرضًا فيعمد إلى تحليل قدرة المقترض على السداد، وتعتبر عملية التوسع في القروض من النشاطات الرئيسية لأغلب المصرف (حماد ،2007،ص243)

وتتطلب نشاطات الإقراض من المصارف اتخاذ قرارات لها صلة بمنفعة الائتمان للمقترضين، هذه القرارات لا يمكن أن تكون دقيقة دائما كما أن منفعة الائتمان بالنسبة للمقترض قد تضعف بمرور الوقت نتيجة لعوامل مختلفة، وعلية فإن الخطر الرئيس الذي تواجهه المصارف هو مخاطر الائتمان أو إخفاق الطرف المقابل في الأداء طبقا للترتيبات التعاقدية. هذه المخاطر لا تنطبق على القروض فقط و إنما تشمل أيضا البنود خارج الميزانية كخطابات الضمان والاعتمادات المستندية(عبدالهادي، 2006 ،ص5).

والجدير بالذكر هنا أن الإيرادات المتأتية من النشاط الائتماني تمثل العمود الفقري لإيرادات المصارف الفلسطينية حيث شكلت إيرادات الفوائد ما نسبته 88% من إجمالي إيرادات المصارف سنة 1997 و انخفضت إلى 72% سنة 2004(ابوزعيتر،2006،ص85)، الأمر الذي يعكس توجه المصارف الفلسطينية نحو زيادة إيراداتها من غير الفوائد والتي تؤدي بالتالي لتعظيم الربح و تقلل المخاطر مما سينعكس إيجابا على أسعار الخدمات المصرفية (ابوزعيتر،2006،ص37).

**ب. مخاطر السيولة**

تعرف السيولة بأنها قدرة المصرف على تلبية التزاماته المالية النقدية التي قد تتمثل في عمليات السحب من الودائع أو تلبية الحاجات الائتمانية للعملاء(Pedersen،Acharya,2005,p8 )

فعندما لا يملك المصرف السيولة الكافية فلا يمكن الحصول على تمويل كافي سواء من خلال زيادة المطلوبات أو من خلال تحويل الموجودات بصورة عاجلة، وبتكلفة معقولة نتيجة لذلك تتأثر الربحية وتؤدي السيولة غير الكافية في حالات كثيرة إلى إعسار المصرف( bexley, james1999 p1) .

ويكمن التحدي لإدارة المصرف في إمكانية التنبؤ بحجم و توقيت الطلب على الأموال سواء في شكل سحوبات أو اقتراض فعلى الإدارة توفير السيولة بشكل دائم وفي نفس الوقت

عليها استثمار الأموال لديها قدر المستطاع، فكلما زادت السيولة قلت الربحية والعكس صحيح (Macdonald,Koch,2006,p284)، ويظهر أثر السيولة على الأسعار بأنه قد يضطر المصرف لتخفيض أسعار خدماته كوسيلة لجذب الودائع، أو من خلال خفض المصرف لأسعار خدماته للتخلص من فائض السيولة

**ت. مخاطر سعر الفائدة**

وهي المخاطر الناتجة عن تعرض المصرف للخسائر نتيجة تحركات معاكسة في أسعار الفوائد في السوق، والتي قد يكون لها الأثر على عائدات المصرف وقيمة أصوله، وتزداد المخاطر للمصارف المتخصصة التي تعمل في مجال الأموال الإلكترونية نظرًا لتعرضها لمخاطر معدلات فائدة كبرى بسبب أن هذه المصارف تدفع فوائد أعلى من المصارف الاعتيادية بما يؤثر على مطلوبات الأموال الإلكترونية القائمة( النجار، 2007 ،ص3).

إن الأشكال الأولية لمخاطر سعر الفائدة والتي عادة يتعرض لها المصرف هي:- مخاطر إعادة تحديد الأسعار والتي تنشأ من اختلاف التوقيتات في الاستحقاق (للسعر المحدد) و إعادة تحديد الأسعار (للسعر العائم) لموجودات ومطلوبات وأعمال خارج الميزانية العمومية للمصرف، فالمصارف عادة تضيف هامش إضافي لأسعار الفوائد المقبوضة ويزداد هذا الهامش في حال التوقعات بازدياد أسعار الفائدة أو في حالات التضخم.

أما عن أسعار الفائدة المدفوعة فان المصارف تأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية عند تحديدها(ابوالرب،2001، ص13) :

أ- سعر الفائدة الأساسي المحدد من البنوك المركزية.

ب- نسبة الاحتياطي القانوني من الودائع .

ت- نسبة الفائدة على الودائع الآجلة .

ث- نسبة السيولة الاختيارية لكل مصرف .

ج- تكلفة إدارة التسهيلات .

ح- نسبة الديون المشكوك فيها

**ث. المخاطر التشغيلية**

يشمل هذا النوع المخاطر العملية المتولدة من العمليات اليومية للمصارف، ولا تتضمن عادة فرصة الربح، فالمصارف إما أن تحقق خسارة أو تحقق ربح، وعدم ظهور أية خسائر للعمليات لا يعني عدم وجود أي تغيير ويمكن توضيح هذه النقطة كالتالي**(عبدالهادي 2006،ص 7)**:

1. يمكن أن تظهر الخسائر على المدى الطويل وذلك بسبب سوء معاملة الموظف للعملاء أو البطء في إجراء المعاملات أو عدم وضوح كافة جوانب المعاملات بالنسبة للعميل الأمر الذي يدفع بالعميل للبحث عن مصارف أخرى لإشباع حاجاته بالتالي خسارة المصرف الحالي لمصادر إيرادات كان من الممكن الحفاظ عليها لو كان أداء الموظفين على المستوى المطلوب.
2. التحلل في الضوابط الداخلية وإجراءات الرقابة فمثلاً عند إجراء عمليات تصحيح القيود فلابد أن تمر عملية التصحيح عبر حساب وسيط لتصحيح الأخطاء ويتبع هذا الإجراء لعدة أسباب مثل ضبط عمليات التصحيح و الرقابة عليها ومعالجة أسباب الأخطاء و خاصة في حال تكرارها أو استخدام عمليات التصحيح كمعيار لتقيم الموظف، وعليه فان عدم توسيط هذا الحساب يفقد المصرف السيطرة على عملية الرقابة والتي ستؤدي بطبيعة الحال لزيادة التكاليف و بالتالي تناقص الأرباح على المدى الطويل.
3. تجاوز الموظفين لصلاحياتهم وقيامهم بممارسات غير أخلاقية أو القيام بالمهام بطريقة خطره.
4. وتتضمن الأوجه الأخرى للمخاطر التشغيلية الإخفاق الرئيسي في أنظمة و تكنولوجيا المعلومات أو بسبب أحداث أخرى كحرائق كبيرة أو كوارث أخرى.

ولعل تأثر أسعار الخدمات المصرفية يأتي من الأساليب التي يتبعها المصرف من أجل تجنب أو معالجة مخاطر الأعمال التي يتعرض لها وفيما يلي بعض الأمثلة على التكاليف الناشئة عن إدارة هذه المخاطر:-

1. تصميم نظم الرقابة للكشف عن حالات الغش والاختلاس أو تقليل احتمال حدوثها.
2. إجراءات الأمن و الحماية لأنظمة المعلومات خاصة في حالة المصارف الالكترونية .
3. عمليات الاقتراض الاضطراري التي قد تضطر لها المصارف في حال نقص السيولة لديها وغالباً ما تكون مكلفه.
4. الاحتياطيات القانونية والاختيارية فهي تمثل تكلفة فرصة ضائعة حيث كان من الممكن استثمار هذه المبالغ وجني الأرباح.
5. تكلفة الاحتياطيات القانونية والاختيارية.
6. قد تضطر المصارف لخصم الأوراق التجارية لديها أو الاقتراض بنسب مرتفعة لسداد العجز في السيولة لديها بسبب سوء إدارة السيولة لديها.

## ثانياً: العوامل الخارجية المؤثرة في قرارات التسعير

### العامل الأول. طبيعة السوق والمنافسة

في الوقت الذي تمثل فيه التكاليف الحد الأدنى لسعر بيع الخدمة المصرفية، فان السوق والطلب على الخدمة قد يضعان الحدود القصوى لهذا السعر، فمستهلكو الخدمة يقومون بمطابقة الأسعار التي يدفعونها بالمنافع التي سيحصلون عليها من هذه الخدمة ،لذا فان على إدارة المصرف تفهم طبيعة العلاقة بين سعر الخدمة المصرفية والطلب عليها ودراسة جميع الجوانب التي قد تؤثر في الطلب على الخدمة سواء كان الخدمات التي يعرضها المنافسون أو أوضاع السوق أو التأثير المحتمل للخدمات المكملة والبديلة على الخدمة المراد تسويقها (معلا، 1994،ص161)

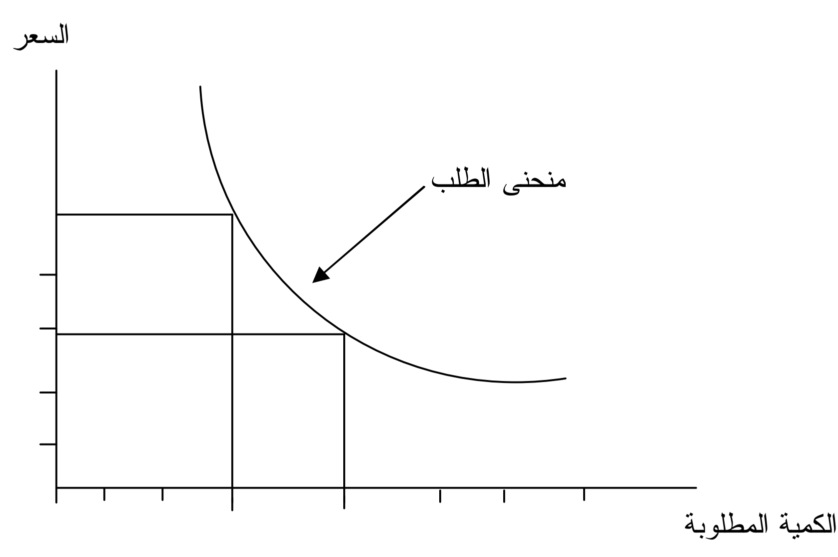
### العامل الثاني. مرونة الطلب

يعد مفهوم المرونة السعرية للطلب عاملاً أساسيا في تسعير الخدمات المصرفية ، فهو يقيس مدى استجابة الخدمة للتغير في السعر، فالطلب على خدمة ما يعد غير مرن إذا تأثر بشكل قليل بالتغير في السعر أو عديم المرونة في حال عدم استجابة الطلب على الخدمة للتغير في السعر وبالمقابل يعد الطلب مرناً على خدمة ما إذا تأثر الطلب عليها بشكل كبير بالتغير في السعر (رجب،1996،ص 39).

وعلية فان المرونة السعرية من العوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار عند تحديد سعر الخدمة، وبافتراض ثبات العوامل الأخرى فانه يمكن للمصرف تعظيم إيراداته بزيادة السعر على الخدمات التي تتصف بعدم المرونة وتخفيض سعر الخدمات التي تتصف بالمرونة والشكل رقم(2) يوضح اثر التغير في الأسعار على حجم الطلب (معلا1994،ص167).

شكل رقم (3)

يوضح اثر التغير في الأسعار على الطلب




المصدر :معلا، 1994،ص167

**العامل الثالث. التشريعات والقوانين**

يختلف تأثير التشريعات والقوانين على عملية التسعير باختلاف الفلسفة الاقتصادية التي تنتهجها الدولة وذلك من خلال السياسات المالية والنقدية، فقد لا يكون للدولة أي تأثير محتمل في ظل تطبيق اقتصاديات السوق والمنافسة وقد تقوم الدولة بزيادة الأسعار في حالات التضخم لتقليص السيولة في السوق أو بتخفيض الأسعار في حالات الانكماش لإنعاش الاقتصاد (عبيدات،2004،ص60).

ويمكن للدولة استخدام أدواتها النقدية للتأثير غير مباشر على أسعار الخدمات المصرفية ومثال ذلك التحكم بأسعار الفائدة على الودائع أو الإقراض والتحكم بمعدلات الخصم ونسب الاحتياطيات المفروضة، وقد يكون التأثير بشكل مباشر وذلك بتحديد الأسعار أو وضع حدود دنيا وعليا للأسعار لترك مجال للمنافسة للمصارف أو بزيادة فرص المنافسة أمام المصارف وذلك بتحديد الحدود العليا لبعض الخدمات التي قد تكون أساسية أو تمس الطبقات ذات الدخل المحدود من المجتمع كما هو الحال في سياسة تحديد الأسعار لدى سلطة النقد الفلسطينية.

**العامل الرابع. الموقف الائتماني للعميل:**

وفية تتم دراسة الحالة الائتمانية للعميل لمعرفة ما إذا كانت الحالة الائتمانية له جيدة أم عكس ذلك، ويتم ذلك بتحليل حساب العميل وتحليل ميزانيته والاستعلام الائتماني لدى سلطة

النقد،ففي حال الموقف الائتماني الجيد فان العميل يحمل بنسب فوائد اقل من المعتاد بسبب انخفاض المخاطرة والعكس صحيح.

## التحليل الاقتصادي لقرارات تسعير الخدمات المصرفية

الاقتصاد الجزئي يعالج عملية تسعير السلع والخدمات لذلك فان أية محاولة لتسعير الخدمات المصرفية لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار التحليل الاقتصادي، هذا إلى جانب العلاقة الوثيقة بين التحليل الاقتصادي و التحليل المحاسبي اللازم لقرارات التسعير ومن أساليب التحليل الاقتصادي ما يلي(الشماع،1999،ص91).

### الإيراد الكلي والتكلفة الكلية

أ- الإيراد الكلي

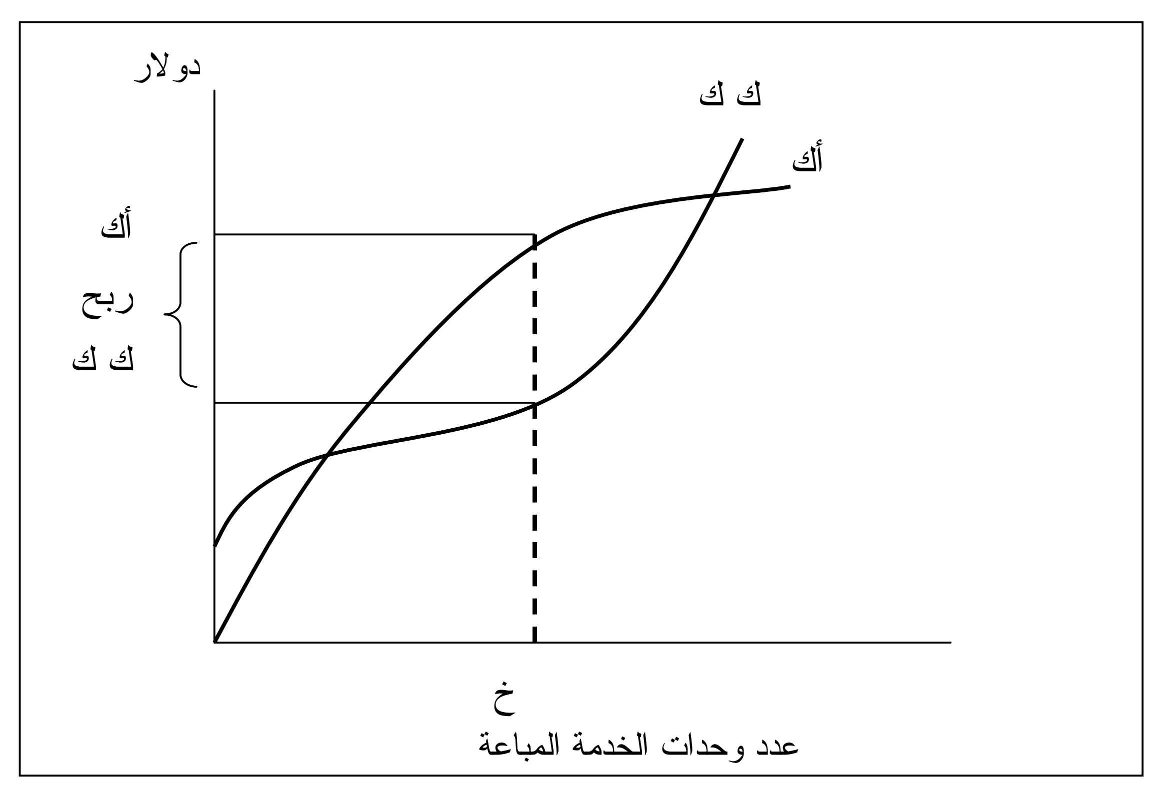
إن أي مؤسسة لا يمكنها بيع عدد غير محدود من الخدمات بنفس السعر و إلا ظهر الإيراد الكلي كخط مستقيم و ليس كمنحنى اعتباراً من نقطة الأصل، وبما أن الاقتصاد الجزئي يفترض انه يجب على المصرف تخفيض سعر الخدمة لبيع وحدات أكثر بالتالي فان خط الإيراد الكلي يظهر كخط منحني يتزايد ولكن بنسبة متناقصة نظراً لان تخفيض السعر يؤدي لتخفيض الإيراد حتى يصبح خطاً مستقيماً موازياً للمحور الأفقي بدلاً من الاتجاه صعوداً.

ب- التكلفة الكلية

إن تكلفة تقديم الخدمة ليست ثابتة بل تتزايد كلما ازدادت عدد الوحدات المباعة، ومادامت نسبة الزيادة في الإيراد أعلى من الزيادة في التكلفة يبقى المصرف يحقق ربحاً، إلا أنه في نقطة ما تتساوى نسبة الزيادة في التكلفة مع نسبة الزيادة في الإيراد مما يعني أن الزيادة في الربح تساوي صفر و تتمثل هذه النقطة بالنقطة (خ ) في الشكل رقم (3)، فهذه النقطة تمثل أقصى نقطة للفرق بين الإيراد الكلي والتكلفة بمعنى أن النقطة (خ) تمثل عدد الوحدات الأمثل الذي يجب على المصرف بيعها لتحقيق أقصى ربح وبالتالي تحديد السعر عند هذه النقطة.

**شكل رقم (4)**

**منحنيات الإيراد الكلي والتكلفة الكلية**




المصدر :( الشماع ،1999،ص92)

حيث ك ك : منحنى التكلفة الكلية

أ ك : منحنى الإيراد الكلي

خ : عدد الوحدات المباعة

## المبحث الثالث

## استراتيجيات تسعير الخدمة المصرفية

### مقدمة

يستخدم العملاء السعر عند تقييمهم لجودة الخدمة، فالعملاء يميلون عادة للاعتقاد بوجود علاقة طردية بين السعر والجودة فإذا زاد السعر الذي يدفعه العملاء في الخدمة زادت توقعاتهم بالنسبة لجودة الخدمة.

ويعد السعر احد العناصر المهمة في التحكم في الطلب فزيادة السعر يعمل على تخفيض الطلب على الخدمة، والسعر المنخفض يؤدي إلى جذب مزيد من الطلب الجديد على الخدمـــة، لذلك يناقش هذا المبحث استراتيجيات التسعير التي قد تعتمدها المصارف عنـــد اتخـــاذ قـــرار التسعير.

## استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية

للتعرف على استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية يتطلب الأمر أولاً الوقوف على أنواع هذه الخدمات (العمري،2003، ص 52)

1. الخدمة المحايدة: وهي الخدمة التي تقدم للعملاء الجدد الذين لم يتعاملوا مع المصرف سابقاً مثل تقديم خدمة التعامل عن طريق الانترنت لشريحة معينة من العملاء.
2. الخدمة البديلة : وهي الخدمة التي تقدم للعملاء الحاليين الذين يبدلون توجهاتهم من خدمة إلى أخرى مثل خدمة تمويل الصفقات التجارية بدلاً من الإعتمادات المستندية للعملاء غير الراغبين في الدخول في تعقيدات وشروط الإعتمادات المستندية.
3. الخدمة المكملة: وهي الخدمة التي تقدم لاجتذاب عملاء جدد يتوقع منهم الحصول على خدمات وعادة ما تقدم هذه الخدمة لشريحة متعاملين امتنعت عن التعامل مع المصرف نتيجة عدم وجود خدمة مهمة بالنسبة لهم ومثال ذلك تقديم خدمة التعامل خلال الانترنت خاصة للمؤسسات الدولية والأجنبية حيث تقوم هذه المؤسسات بإدارة حساباتها من خارج الدولة حيث سيؤدي تقديم هذه الخدمة لحصولهم على خدمات أخرى مثل خدمات التحويل و خدمات بيع وشراء العملات وربما لجذب ودائع جديدة للمصرف .

هذا وحسب أنواع الخدمات المذكورة تعتمد سياسة التسعير كالتالي:

**أولاً الخدمات المحايدة : ويتم تسعيرها بطريقتين**

1. إستراتيجية التقشيد ( السعر الكاشط)

وهذه الإستراتيجية تتضمن تحديد سعر عالٍ للخدمة في بداية تقديمها للاستفادة من ميزة التجديد في الخدمة المقدمة لأول مرة وتتبع هذه الإستراتيجية في الحالات والأسباب التالية:

أ- عندما يكون الطلب غير مرن على الخدمة والمنافسة شبه معدومة (العجارمة 2005،ص300).

ب- عندما يهدف المصرف لجمع اكبر كم ممكن من الأرباح واسترداد التكاليف التي دفعت في مراحل البحث والتطوير وذلك قبل دخول المنافسين إلى سوق الخدمة(العجارمة 2005،ص300).

ت- عندما تكون حساسية العملاء لسعر الخدمة معدومة أو منخفضة جداً (العجارمة 2005،ص300).

ث- يساعد السعر المرتفع في البداية على إعطاء الخدمة الجديدة صورة الجودة و المكانة (عماري،2004،ص37).

ج- التسعير المرتفع وسيله لتجربة الطلب على الخدمة حيث من السهل البدء بسعر مرتفع ثم تخفيضه(معلا،1994،ص176).

ح- إن البدء بسعر عالٍ للخدمة يحمي المصرف من ظروف عدم التأكد المتعلقة بعوامل الطلب فمن المعروف أن الأسعار تنخفض بسهولة ولكنها تزداد بصعوبة (الشماع 1999،ص135)

2. إستراتيجية التغلغل أو (السعر الكاسح)

وهذه الإستراتيجية عكس الإستراتيجية السابقة حيث يتم اللجوء لسعر منخفض في البداية لاستقطاب حصة كبيرة من السوق بأسرع وقت ممكن وتتبع هذه الإستراتيجية في الحالات و الأسباب التالية:-

أ-إن كمية الخدمة المقدمة شديدة التأثر بالسعر (عماري، 2004،ص37).

ب- ستواجه الخدمة منافسة كبير في حال إدخالها للسوق (عماري، 2004،ص37).

ت- يتم إتباع هذه السياسة لغرض الحصول على اكبر حصة سوقية (الشماع،1999،ص135).

ث- إتباع هذه السياسة يبعد شبح المنافسين بسبب الهامش الربحي البسيط مما يجعلهم يظنون بان هذا الهامش الربحي غير مجدي كون المصرف الأساسي استحوذ على الحصة السوقية الأكبر في السوق (العجارمة، 2005،ص301).

**ثانياُ: الخدمة المكملة**

و تسعر هذه الخدمة بما يفضي إلى زيادة الربحية أو توسيع الحجم وعادة ما تتميز أسعار هذه الخدمات بانخفاض سعرها بمعنى أنة يتم استخدام إستراتيجية التغلغل لأنة من المفترض أن تؤدي لزيادة الطلب على خدمات أخرى بشكل متقاطع(الشماع 1999،ص135) .

**ثالثاً :- الخدمة البديلة**

عند تسعير هذه النوع من الخدمات لا يمكن إهمال دور المنافسة و قرار التسعير يصبح أكثر صعوبة عند تحديد سعر الخدمة البديلة بسبب أنة توجد لدى العميل الفرصة لتبديل خدمة مكان أخرى أو حتى تغيير كامل علاقته مع المصرف، ويمكن للمصرف في هذه الحالة مواجهة

المنافسة إما بالمواجه المباشرة مع المصارف الأخرى أو التميز في تقديم الخدمة(الشماع 1999،ص135).

**وهناك استراتيجيات أخرى للتسعير منها :**

1. **التسعير حسب التكلفة:**

حيث يحدد السعر وفقاً لهذا الأسلوب استناداً لمجموع التكاليف التي يتحملها المصرف مضافاً إليها هامش ربح يتم تحديده تبعاً لأسس مختلفة وقد سبق التعرض لهذه الطريقة بالتفصيل.

ويمكن استخدام هذه الإستراتيجية في حال كان السوق يتميز بالاحتكار الكامل أو أن الخدمة تتميز بعدم المرونة.

2. **التسعير حسب السوق :-**

باستخدام هذا الأسلوب يفقد المصرف المبادرة في التسعير ويتركها إلى المصارف المنافسة الأخرى، حيث تضع هي الأسعار وغالبا ما يكون المصرف الرائد هو الواضع للسعر، وهى شائعة بين المصارف لعدم المعرفة الدقيقة بتكاليف الخدمات الحالية، وسبب انتشار هذه الطريقة هي سهولة استخدامها دون الحاجة للبحث في تكلفة الخدمة بدقة(عماري 2004،ص 38) إلا أن هذه الطريقة لها مخاطرها والتي تكمن في ترك زمام المبادرة للمنافسين بالإضافة إلى التهديدات التي يمكن أن تنتج عن التغيرات المفاجئة في الأسعار والتي تحدث بسبب دخول مؤسسات مالية جديدة في السوق(معلا، 1994 ،ص185).

وتعتبر أن هذه الطريقة هي الأكثر شيوعاً لما تتميز بة الأسواق من المنافسة ولو بدرجات متفاوتة لأنة لا يمكن إغفال اثر أسعار المنافسين على أسعار الخدمات المقدمة.

3. **التسعير حسب القيمة :-**

تعتمد هذه الطريقة على القيمة التي يتوقعها الزبون من الخدمة، فالفائدة من الخدمة ليست إلا جزأً من قيمة الخدمة وكلما استطاع المصرف إضافة مزايا ملموسة أو غير ملموسة للخدمة زادت القيمة التي يشعر بها الزبون وبالتالي تزداد قدرة المصرف على طلب السعر الذي يريد.

كما أن التسعير حسب هذه الطريقة يقلل حساسية الزبون تجاه السعر بمعنى تقليل مرونة الطلب على هذه الخدمة وذلك بتمييز الخدمة إما بمزايا ملموسة أو غير ملموسة و إذا كان السعر المطلوب اقل من القيمة التي يعتبر الزبون أن هذه الخدمة تستحقها تحصل المؤسسة على حصة أعلى من السوق (الباسط 1988،ص153).

ولعل هذه الطريقة تصلح في حالات تقديم الخدمات الجديدة أو إضافة ميــزات تنافــسية جديدة لخدمة معينة لتنشيط الطلب عليها حيث تتميز الخدمة في هذه الحالة بعدم وجود منافــسين لها بشكل مؤقت.

**4. التسعير النفسي** :

ويركز هذا النوع على ردود الأفعال العاطفية لدى العملاء ويــستخدم هــذا الأســلوب للخدمات ذات الأسعار المتدنية وليس الخدمات الخاصة ومثال ذلك أن تكون عمولة السحب مثلاً 99 أغورة بدل واحد شيكل حيث ينظر إليها بأنها اقل من شيكل وخاصـــة لأصـــحاب الـــدخول المتدنية و الرواتب البسيطة(العجارمة، 2005، ص302).

ومن الممكن استخدام هذه الطريقة للخدمات لتسعير الخدمات الأساسية أو الخدمات التـــي يستفيد منها صغار المتعاملين أو ذوي الدخل المحدود حيث تستخدم هذه الإستراتيجية كأســلوب ترويجي للمصرف.

يتضح من خلال استعراض أساليب واستراتجيات التسعير الــسابقة أنـــه مـــن الممكـــن للمصرف التنويع في الاستراتيجيات حسب المتغيرات المحيطة بالمصرف من خـــلال اســتخدام إستراتيجية لكل خدمة أو مجموعة خدمات على حدة حسب المتغيـــرات و المـــؤثرات الداخليـــة والخارجية.

**الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة**

بما أن هذه الدراسة تبحث في أسعار الخدمات المصرفية وأسعارها كان لزاماً التعرض للخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف العاملة في قطاع غزة، ويمكن تحديد أنواع الخدمات المصرفية في إحدى عشرة مجموعة رئيسية وهي :(سلطة النقد، تعميم 2007/119)

1. الحوالات.
2. الشيكات.
3. الاعتمادات المستندية.
4. بوالص التحصيل.
5. السحوبات.
6. خطابات الضمان.
7. بطاقات الائتمان والصراف الآلي.
8. الكمبيالات.
9. إدارة الحساب.
10. التسهيلات الائتمانية.
11. خدمات متفرقة.

**ويلاحظ أن تعليمات سلطة النقد بهذا الخصوص:**

1. تضمنت عمولات الخدمات الائتمانية وغير الائتمانية
2. أن سلطة النقد وضعت الحدود العليا فقط لبعض الخدمات.
3. أن سلطة النقد حددت أسعار عدد قليل من الخدمات حيث تضمن تعميم سلطة النقد 76 خدمة حددت سلطة النقد الحدود العليا لـ21 خدمة فقط أي بنسبة 27.6% من الخدمات.
4. أن معظم العمولات المحددة من سلطة النقد ذات الطبيعة المتكررة والتي غالباً ما يحتاجها صغار المتعاملين أو ذوي الدخل المحدود من الموظفين وغيرهم ولم تتدخل تقريباً بالمعاملات التي يحتاجها التجار ورجال الأعمال.

ولدى الاستفسار من أحد موظفي دائرة الرقابة على المصارف في سلطة النقد عن هذه الملاحظات، كانت الإجابة على الملاحظة الأولى بأن سلطة النقد ليست صاحبة العملات المتداولة في فلسطين حتى تتحكم بأسعار الفائدة، أما بخصوص باقي الملاحظات فكانت إجابتهم أنها تركت الحرية للمصارف في تحديد أسعار خدماتها لفتح المجال أمام المنافسة بين المصارف، وعن سبب تحديد أسعار خدمات معينة بان هذه الخدمات تمس المواطن البسيط وذوي الدخل المحدود ومثال ذلك الحوالات الواردة وبطاقات الصراف الآلي وعمولة الراتب وتحصيل الفواتير.

# الفصل الثالث

# الطريقة والإجراءات

- منهجية الدراسة
- مجتمع وعينة الدراسة
- صدق وثبات الاستبانة
- المعالجات الإحصائية

## الجهاز المصرفي الفلسطيني

من المعروف أن المصارف في فلسطين بدأت عملها في العام 1994م بعـد توقيـع اتفاقيـة باريس الاقتصادية، وتكون الجهاز المصرفي حينها من 8 مصارف 34 فرعاً، وتطـور الجهـاز المصرفي خلال السنوات التالية حتى وصل عدد المصارف بنهاية العام 2006 إلى 22 مـصرفاً ومؤسسة مصرفية واحدة بشبكة فروع 153 فرعاً ومكتباً والشكل رقم(5) يوضح تطـور عـدد المصارف بفروعها منذ نشأتها وحتى نهاية العام2006، وحسب تصنيف سلطة النقد للمـصارف العاملة في فلسطين فقد قُسمت إلى مصارف وطنية ومصارف وافدة، وكان من الأنـسب تقـسيم المصارف إلى مصارف إسلامية وأخرى تجارية أو تقسيمها حسب طبيعة نشاطها إلى مـصارف تجارية وأخرى متخصصة.

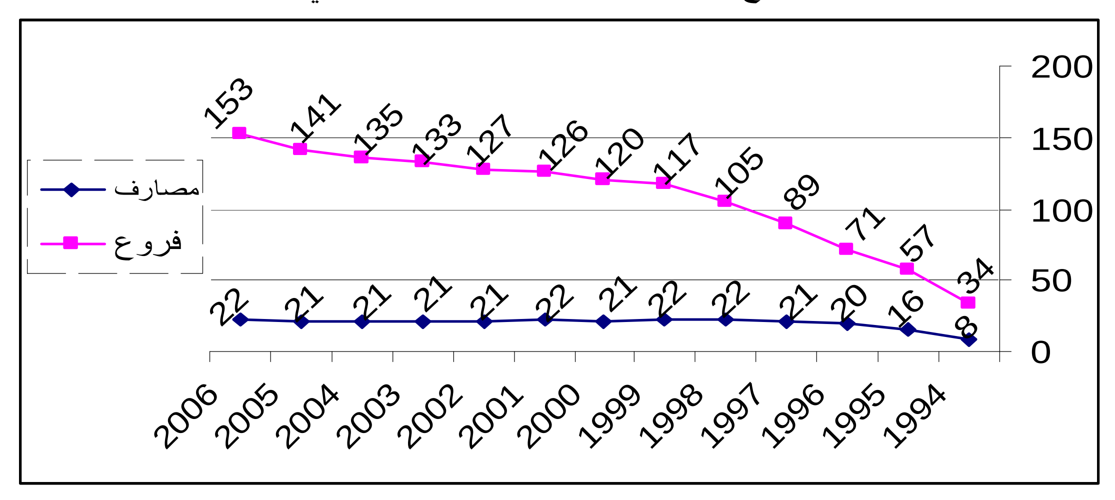
وقد مارست هذه المصارف عملها بتقديم الخدمات المصرفية المختلفـة مـع تطـوير هـذه الخدمات حتى وصلت إلى تقديم الخدمات الالكترونية والخدمات عبر الانترنت ولعبت سلطة النقد دوراً مهماً في تطوير الجهاز المصرفي الفلسطيني وتنظيم عملة سواء بالرقابة عليهـا وإصـدار التعليمات المنظمة لعمل المصارف أو بمواكبة التطورات المصرفية العالمية من تطبيق مقررات بازل والبدء إنشاء نظام المقاصة الالكترونية والربط الالكتروني لنظام الاستعلام الائتماني ونظام المدفوعات الالكتروني

جدول رقم(2) يوضح هيكل الجهاز المصرفي الفلسطيني

| المصارف الوطنية | | المصارف الوافدة | |
|---|---|---|---|
| اسم المصرف | عدد الفروع | اسم المصرف | عدد الفروع |
| المصارف الوطنية | | المصارف العربية | |
| **بنك فلسطين المحدود** | **28** | **بنك القاهرة عمان** | **16** |
| **البنك التجاري الفلسطيني** | **5** | **البنك العربي** | **23** |
| **بنك الاستثمار الفلسطيني** | **7** | **بنك الأردن** | **8** |
| **البنك الإسلامي العربي** | **8** | **البنك العقاري المصري العربي** | **7** |
| **بنك القدس للتنمية والاستثمار** | **10** | **البنك التجاري الأردني** | **3** |
| **البنك الإسلامي الفلسطيني** | **11** | **البنك الأهلي الأردني** | **3** |
| **البنك العربي الفلسطيني للاستثمار** | **1** | **بنك الإسكان للتجارة والتمويل** | **7** |
| **بنك فلسطين الدولي** | **4** | **البنك الأردني الكويتي** | **2** |
| **بنك الأقصى الإسلامي** | **2** | **بنك الاتحاد للادخار والاستثمار** | **1** |
| **بنك الرفاة لتمويل المشاريع الصغيرة** | **1** | **البنك الرئيسي للتنمية والائتمان الزراعي** | **1** |
| **المؤسسات المالية** | | **المصارف الأجنبية** | |
| **المؤسسة المصرفية الفلسطينية** | **2** | **بنك HSBC الشرق الأوسط** | **1** |

**المصدر :تقرير سلطة النقد 2006**

شكل (5) يوضح تطور أعداد المصارف وفروعها في فلسطين




**الرسم من إعداد الباحث**

يتناول هذا الفصل وصفاً لمنهج الدراسة، وأفراد مجتمع الدراسة وعينتها، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطرق إعدادها، وصدقها وثباتها، كما يتضمن هذا الفصل وصفا للإجراءات التي تمت لتقنين أدوات الدراسة وتطبيقها، وأخيرا المعالجات الإحصائية التي اعتمد الباحث عليها في تحليل الدراسة.

## منهجية الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على العوامل المؤثر في قرارات تسعير الخدمات المصرفية في المصارف العاملة في قطاع غزة وتم الحصول على المعلومات اللازمة من المصادر التالية:

أ. المصادر الأولية :حيث تم تصميم استبانه كالتالي :

- الجزء الأول يوضح مقدمة عن البحث وماهية البحث .
- الجزء الثاني مكون من معلومات عامة عن أفراد العينة .
- الجزء الثالث مكون من عدة محاور كل محور يناقش فرضية من فرضيات البحث لتأكيدها أو نفيها من خلال وضع مجموعة من الأسئلة لكل محور .

**ب.** المصادر الثانوية: من خلال الاطلاع على أهم الأدبيات والجهود العلمية السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة من أبحاث وكتب ومجالات وتقارير ومواقع الانترنت.

**ج.** تحليل البيانات

تم تحليل البيانات باستخدام برنامج spss حيث يتم استخدام الإحصائي التحليلي المتمثل في حساب النسب المئوية والوسط الحسابي واختبار الفروقات في آراء أفراد العينة.

### 2. مجتمع الدراسة وعينتها:

تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لتحقيق أهداف الدراسة حيث يتكون مجتمع الدراسة من جميع المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة ويبلغ عددها 11 مصرفا

أما عينة الدراسة كانت من الإدارات العليا ومدراء الفروع ومساعديهم ورؤساء أقسام المحاسبة والتسهيلات في المصارف التجارية في قطاع غزة، وتم اختيار هذه العينة لأنه في هذه العينة يتم اتخاذ القرارات الإستراتيجية أو تنفيذها ومنها قرارات التسعير .

وقد تم اعتماد عدد الفروع كأساس لتوزيع الاستبانات وتم استبعاد المكاتب نظراً لعدم وجود أقسام تسهيلات ومحاسبة بها وقد بلغ عدد فروع المصارف العاملة في قطاع غـزة 27 فرعـاً حيث تم توزيع عدد 2 استبانة لكل فرع وبالتالي يكون عدد الاستبانات الموزعة 54 استبانه.

**جدول رقم (3)**

**عدد الفروع وحجم رأس المال لمصارف مجتمع الدراسة**

| مسلسل | اسم البنك | عدد الفروع | رأس المال (بملايين الدولارات) | الاستبيانات الموزعة | عدد الاستبيانات | النسبة المئوية للاستبيانات المستردة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | بنك فلسطين | 8 | 59,000,000 | 16 | 14 | %87.50 |
| 2 | بنك القاهرة عمان | 5 | 35،700,000 | 10 | 7 | %70.00 |
| 3 | البنك العربي | 3 | 50،600,000 | 6 | 5 | %83.33 |
| 4 | بنك الأردن | 2 | 35،700,000 | 4 | 4 | %100.00 |
| 5 | بنك الإسكان | 2 | 28,571,428 | 4 | 3 | %75.00 |
| 6 | البنك العقاري | 2 | - | 4 | 4 | %100.00 |
| 7 | بنك الائتمان الزراعي | 1 | 5,000,000 | 2 | 2 | %100.00 |
| 8 | بنك الاستثمار | 1 | 40,000,000 | 2 | 2 | %100.00 |
| 9 | بنك القدس | 1 | 50,000,000 | 2 | 2 | %100.00 |
| 10 | بنك فلسطين الدولي | 1 | 11,900,000 | 2 | 2 | %100.00 |
| 11 | البنك التجاري | 1 | 20,000,000 | 2 | 2 | %100.00 |
| | الإجمالي | 27 | | 54 | 47 | %87.04 |

ولإجراء الدراسة استخدمت طريقة المسح الشامل، ولذلك تم توزيع الاستبانات على أفـراد مجتمع الدراسة، وتم استرداد 47 استبانه من أصل 54 استبانه أي بنـسبة اسـترداد 87.04%، وبعد تفحص الاستبانات لم يتم استبعاد أي منها نظراً لتحقق الشروط المطلوبـة للإجابـة علـى الاستبيان، وبذلك يكون عدد الاستبانات الخاضعة للدراسة هو 47 استبانه، والجداول التالية تبـين خصائص مجتمع الدراسة كالتالي:

- **متغير المسمى الوظيفي :**

يبين جدول رقم (4) أن 2.12% من عينة الدراسة مسماهم الوظيفي نائب مدير عام و8.5% من عينة الدراسة مسماهم الوظيفي مساعد مدير عام، و14.9% من عينة الدراسة مسماهم الوظيفي مدير فرع، و25.5% مسماهم الوظيفي مساعد مدير فرع، و27.6% رؤساء أقسام المحاسبة والتسهيلات، و21.3% لهم مسميات وظيفية أخرى مثل مفتشين ومراقبي امتثال وموظفي أقسام المحاسبة والتسهيلات.

**جدول رقم (4)**

**توزيع عينة الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي**

| المسمى الوظيفي | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نائب مدير عام | 1 | %2.12 |
| مساعد مدير عام | 4 | %8.5 |
| مدير فرع | 7 | %14.9 |
| مساعد مدير فرع | 12 | %25.5 |
| رؤساء أقسام المحاسبة والتسهيلات | 13 | %27.6 |
| أخرى | 10 | %21.3 |
| **المجموع** | 47 | 100.0 |

ويبين الجدول(4) مدي تتطابق العينة المستجيبة مع العينة المستهدفة من قبل الباحث حيث شكلت نسبة واضعي الأهداف الإستراتيجية للمصارف 10.6% من العينة، وما نسبته 40.4% من العينة من المشرفين على السياسات العامة للمصرف، وما نسبته 27.6% من منفذي سياسات المصرف بشكل مباشر، أما باقي العينة وتمثل 21.3% فتشمل جهات رقابية وهذا يعكس مدى تمثيل العينة محل الدراسة لمتخذي القرار في المصارف العاملة في قطاع غزة.

- **المؤهل العلمي:**

يبين جدول رقم (5) أن 19.1% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي أقل من بكالوريوس و63.8% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي بكالوريوس، و17.0% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي دراسات عليا وتبين هذه النسب أن 82.8% من عينة الدراسة هي من حملة الشهادات الجامعية وهذا متطلب أساسي للمصارف لتخطيط استراتجياتها على أسس علمية.

**جدول رقم (5)**

**توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي**

| المؤهل العلمي | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **دبلوم** | 9 | 17.2 |
| **بكالوريوس** | 30 | 65.8 |
| **دراسات عليا** | 8 | 17.0 |
| **المجموع** | 47 | 100.0 |

- **التخصص**

يبين جدول رقم (6) أن 59.6% من عينة الدراسة تخصصهم محاسبة ، و21.3% من عينة الدراسة تخصصهم إدارة، و8.5% من عينة الدراسة تخصصهم علوم مصرفية و10.6% من عينة الدراسة متخصصين في تخصصات أخرى، وتبين النسب سابقة الذكر مدى توافر احد المقومات اللازمة لعملية التسعير ألا وهي توفر الكفاءات العلمية.

**جدول رقم (6)**

**توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص**

| تخصص | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| محاسبة | 28 | 59.6 |
| إدارة | 10 | 21.3 |
| علوم مصرفية | 4 | 8.5 |
| أخرى | 5 | 10.6 |
| **المجموع** | 47 | 100.0 |

- **شهادات مهنية أخرى**

يبين جدول رقم (7) أن 14.9% من عينة الدراسة حاصلين على شهادات مهنية مختلفة في مجال عملهم، و 85.1% من عينة الدراسة غير حاصلين على أي شهادة مهنية، وتبين الأرقام الواردة في الجدول عدم اهتمام المصارف العاملة في قطاع غزة بتطوير مواردها البشرية.

**جدول رقم (7)**

**توزيع عينة الدراسة حسب متغير شهادات مهنية**

| شهادات مهنية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 7 | 14.9 |
| لا | 40 | 85.1 |
| **المجموع** | 47 | 100.0 |

- **سنوات الخبرة**

يبين جدول رقم (8) أن 6.4% من عينة الدراسة بلغت سنوات الخبرة لديهم اقل من 5 سنوات، و72.3%من عينة الدراسة تراوحت سنوات الخبرة لديهم من 5-15 سنة،و 21.3% من عينة الدراسة بلغت سنوات الخبرة لديهم أكثر من 15 سنة ويتضح من النسب السابقة أن المصارف في قطاع غزة تعتمد على العناصر البشرية الشابة وهم بطبيعة الحال من ذوي العلوم الحديثة وهي ميزة إضافية لمصارف قطاع غزة.

**جدول رقم (8)**

**توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة**

| سنوات الخبرة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **اقل من 5 سنوات** | 3 | 6.4 |
| **5-15 سنوات** | 34 | 72.3 |
| **أكثر من 15 سنة** | 10 | 21.3 |
| **المجموع** | 47 | 100.0 |

- **العمر**

يبين جدول رقم (9) أن 12.8% من عينة الدراسة كانت أعمارهم أقل من 30 سنة و70.2% من عينة الدراسة تراوحت أعمارهم من 30-45 سنة، و17.0% من عينة الدراسة كانت أعمارهم أكثر من 45 سنة

**جدول رقم (9)**

**توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر**

| العمر | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **اقل من 30 سنة** | 6 | 12.8 |
| **من30-45 سنة** | 33 | 70.2 |
| **من 45 سنة فأكثر** | 8 | 17.0 |
| **المجموع** | 47 | 100.0 |

ويتضح أن النسب السابقة وهي العمر وسنوات الخبرة متقاربة مع نسب هذه الفئات من موظفي القطاع المصرفي ككل حيث كانت نسبة الإدارة العليا والتنفيذية من إجمالي الموظفين في القطاع المصرفي الفلسطيني 18% ونسبة الموظفين الذين تتجاوز أعمارهم 45 سنة 15.4% من إجمالي موظفي القطاع المصرفي الفلسطيني (مجلة البنوك العدد30، ص47).

- **الجنس**

يبين جدول رقم (10) أن 91.5% من عينة الدراسة من الذكور، و 8.5% من عينة الدراسة من الإناث، وتعكس هذه النسب طبيعة العمل المصرفي الذي يتميز بطول فترات العمل وارتفاع المخاطرة فيه.

**جدول رقم (10)**

**توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس**

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ذكر | 43 | 91.5 |
| أنثى | 4 | 8.5 |
| **المجموع** | 47 | 100.0 |

- **طبيعة عمل المصرف**

يبين جدول رقم (11) أن 82.98% من المصارف هي مصارف تجارية، و17.02% من المصارف من المصارف هي مصارف متخصصة.

**جدول رقم (11)**

**توزيع عينة الدراسة حسب متغير طبيعة عمل المصرف**

| طبيعة عمل المصرف | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| تجاري | 43 | 82.98 |
| متخصص | 4 | 17.02 |
| المجموع | 47 | 100.0 |

## أداة الدراسة :

تم استخدام الاستبانة كإحدى أدوات الدراسة ، وقد تم تقسيم الاستبانة إلى قسمين كالتالي :

**القسم الأول**: يحتوى على السمات الشخصية لإدارة المصرف ويتكون من 8 فقرات .

**القسم الثاني** : يتكون من ثمانية مجالات تتناول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية في المصارف العاملة في قطاع غزة كالتالي:

**المجال الأول** : يناقش السيولة، ويتكون من 4 فقرات.

**المجال الثاني**: يناقش محاسبة التكاليف، ويتكون من 5 فقرات.

**المجال الثالث**: المخاطر، ويتكون من 5 فقرات

**المجال الرابع**: عدد الوحدات المباعة ، ويتكون من6 فقرات

**المجال الخامس**: الأرباح المحصلة من العميل ويتكون من 4 فقرات

**المجال السادس**: يناقش المعوقات، ويتكون من 6 فقرات

**المجال السابع**: المنافسة، ويتكون من 6 فقرات

**المجال الثامن**: يناقش دور سلطة النقد، ويتكون من 3 فقرات

وقد كانت إجابات كل فقرة وفق مقياس ليكارت الخماسي كالتالي:

| التصنيف | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|
| النقاط | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

## صدق وثبات الاستبيان:

وقد تم تقنين فقرات الاستبيان وذلك للتأكد من صدقه وثباته كالتالي:

**صدق فقرات الاستبيان** : قام الباحث بالتأكد من صدق فقرات الاستبيان بطريقتين.

### 1) صدق المحكمين :

عرض الباحث الاستبيان على مجموعة من المحكمين تألفت من (8) أعضاء(5) من أعضاء الهيئة التدريسية في كلية التجارة بالجامعة الإسلامية متخصصين في المحاسبة والإدارة والإحصاء و(3) من ذوي الخبرات العملية الطويلة في مجال العمل المصرفي، وقد استجاب الباحث لآراء السادة المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء مقترحاتهم بعد تسجيلها في نموذج تم إعداده، وقد قبلت الفقرات إذا وافق عليها (4-6) وعدلت إذا وافق عليها (4) محكمين ورفضت إذا وافق عليها اقل من 4 محكمين وبذلك خرج الاستبيان في صورته شبه النهائية ليتم تطبيقه على العينة الاستطلاعية وكان عددها 25 استبانة وزعت على بعض أفراد العينة ولم يتم احتساب العينة الاستطلاعية ضمن عينة الدراسة.

### 2) صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان:

وتم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة البالغة 25مفردة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمجال التابع له.

- **قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات المجال الأول (السيولة ):**

الجدول رقم (12) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الأول(**السيولة**) والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، وكذلك قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 والتي تساوي 0.396، وبذلك تعتبر فقرات المجال الأول صادقة لما وضعت لقياسه.

**جدول رقم (12)**

**معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الأول(السيولة) والدرجة الكلية لفقراته**

| مسلسل | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
| --- | --- | --- | --- |
| 9 | توجد لدى المصرف جهة مختصة لإدارة السيولة أحد أهـدافها تخفيض تكلفة الأموال لدى المصرف. | 0.655 | 0.000 |
| 10 | توجد جهة مختصة لـدى المـصرف لإدارة الأمـوال المتاحـة للاستثمار. | 0.515 | 0.008 |
| 11 | بسبب فائض السيولة يقوم المصرف بتخفيض أسعار خدماته الائتمانية للتخلص من السيولة الزائدة. | 0.601 | 0.001 |
| 12 | يقوم المصرف بتخفيض أسعار خدماته غير الائتمانية لاستقطاب ودائع جديدة وبالتالي الحصول على سيولة إضافية . | 0.507 | 0.010 |

قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

- **قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات المجال الثاني(عامل التكاليف)**

جدول رقم (13) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثاني: **محاسبة التكاليف)**:والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عنـد مـستوى دلالة (0.05)، وكذلك قيمة r المحسوبة أكبر من قيمة r الجدولية عنـد مـستوى دلالـة 0.05 ودرجة حرية 23 والتي تساوي 0.396، وبذلك تعتبر فقرات المجـال الثـاني صـادقة لمـا وضعت لقياسه.

**جدول رقم (13)**

**معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثاني :عامل التكلفة:والدرجة الكلية لفقراته**

| مسلسل | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| **13** | **ترى إدارة المصرف أن مخرجات نظام التكاليف تشكل عاملاً أساسياً في تحديد سعر الخدمة.** | **0.752** | **0.000** |
| **14** | **يوجد لدى المصرف وحدات متخصصة لاحتساب تكلفة الخدمة.** | **0.700** | **0.000** |
| **15** | **توجد لدى المصرف أسس ومعايير لتوزيع التكاليف والإيرادات على مراكز التكلفة.** | **0.669** | **0.000** |
| **16** | **تستخدم بيانات التكاليف عند إضافة أو حذف خدمة** | **0.751** | **0.000** |
| **17** | **تعتبر التكلفة الإضافية الناشئة عن تقديم خدمة جديدة هي الحد الأدنى لتكلفه الخدمة** | **0.600** | **0.002** |

قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

- **قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات المجال الثالث (المخاطر).**

جدول رقم (14) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثالث(المخاطر) والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، وكذلك قيمة r المحسوبة أكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 والتي تساوي 0.396، وبذلك تعتبر فقرات المجال الرابع صادقة لما وضعت لقياسه.

**جدول رقم (14)**

**معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثالث (المخاطر) والدرجة الكلية لفقراته**

| مسلسل | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| 18 | توجد جهة مختصة لإدارة المخاطر لدى المصرف أحد أهدافها احتساب تكلفة المخاطر. | 0.775 | 0.000 |
| 19 | يعتبر عدد المصارف في قطاع غزة سبباً في ارتفاع مخاطر تقديم الخدمة المصرفية الأمر الذي يؤدي إلى زيادة المخاطر تقديم الخدمة المصرفية . | 0.421 | 0.036 |
| 20 | يعتبر نقص الفرص الاستثمارية لتشغيل الأموال سبباً في زيادة المخاطر مما يؤدي لزيادة أسعار الخدمات. | 0.439 | 0.028 |
| 21 | يعتبر نقص الفرص الاستثمارية لتشغيل الأموال سبباً في زيادة المخاطر مما يؤدي لزيادة أسعار الخدمات. | 0.452 | 0.023 |
| 22 | يقوم المصرف بتعويم سعر الفائدة على التسهيلات الائتمانية لتلافي مخاطر أسعار الفائدة. | 0.555 | 0.004 |

**قيمة r المحسوبة أكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396**

- **قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات المجال الرابع (عدد الوحدات المباعة).**

جدول رقم (15) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الرابع(عدد الوحدات المباعة) والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، وكذلك قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 والتي تساوي 0.396، وبذلك تعتبر فقرات المجال الخامس صادقة لما وضعت لقياسه،

**جدول رقم (15)**

**معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الرابع (عدد الوحدات المباعة)والدرجة الكلية لفقراته**

| مسلسل | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| **23** | **يقوم المصرف بدراسة أثر التغيـر فـي سـعر الخدمـة على الطلب لنفس الخدمة.** | **0.800** | **0.000** |
| **24** | **يقوم المصرف بدراسة مدى إقبال العملاء على الخدمات المقدمة عند تعديل و تحديد أسعار الخدمات.** | **0.721** | **0.000** |
| **25** | **يقوم المصرف بحساب كمية التعادل للخدمة المقدمة عند تحديد أو تعديل سعر خدمة.** | **0.788** | **0.000** |
| **26** | **يقوم المصرف بحساب سعر التعادل للخدمة عند تحليل أو تعديل سعرها.** | **0.836** | **0.000** |
| **27** | **يقوم المصرف بتخفيض أسعار الفوائد المقبوضة بمقدار الزيادة في أرباح الخدمات غير الائتمانية.** | **0.719** | **0.000** |
| **28** | **يقوم المصرف بتخفيض سعر الخدمة المصرفية كلما زاد الطلب عليها.** | **0.657** | **0.000** |

قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

- **قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات المجال الخامس (الأرباح المحصلة من العميل).**

جدول رقم (16) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقـرات المجـال الخـامس (الأرباح المحصلة من العميل) والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبـين أن معـاملات الارتبـاط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، وكذلك قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عنـد مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 والتي تساوي 0.396 ، وبذلك تعتبـر فقـرات المجـال **الخامس** صادقة لما وضعت لقياسه.

**جدول رقم (16)**

**معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الخامس (الأرباح المحصلة من العميل) والدرجة الكلية لفقراته**

| مسلسل | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| 29 | يعمد المصرف في بعض الحالات لوضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة. | 0.397 | 0.049 |
| 30 | عند وضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة فإن المصرف يكون قد قام بتحليل كامل لعلاقته مع العميل. | 0.533 | 0.006 |
| 31 | يقوم المصرف بدراسة التكلفة التي يتحملها نتيجة علاقته مع العميل. | 0.450 | 0.024 |
| 32 | يقوم المصرف بدراسة ارتباط الخدمات المقدمة بخدمات أخرى يطلبها العميل ومدى ربحيتها عند تحديد أسعارها | 0.455 | 0.022 |

قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

- **قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات المجال السادس (المعوقات).**

جدول رقم (17) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال السادس (المعوقات) والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، وكذلك قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 والتي تساوي 0.396 ، وبذلك تعتبر فقرات المجال **السادس** صادقة لما وضعت لقياسه.

**جدول رقم (17)**

**معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال السادس (المعوقات) والدرجة الكلية لفقراته**

| مسلسل | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| 33 | يتوافر لدى المصرف الخبرات اللازمة لإنشاء وحدات متخصصة للتسعير. | 0.725 | 0.000 |
| 34 | يقوم المصرف بالاستعانة بالخبرات الخارجية بغض النظر عن سرية العمل المصرفي | 0.621 | 0.000 |
| 35 | توجد لدى المصرف وحدات متخصصة لتسعير الخدمات بنفس المسمى أو بمسميات أخرى. | 0.837 | 0.000 |
| 36 | توجد لدى المصرف وحدات متخصصة لإجراء أبحاث السوق. | 0.833 | 0.000 |
| 37 | تتدخل الإدارة العليا في مراحل قليلة ومحددة من مراحل تسعير الخدمة. | 0.673 | 0.000 |
| 38 | يتم تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الإدارة العليا بعد دراسته من قبل الجهات المختصة | 0.608 | 0.001 |

قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

- **قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات المجال السابع (المؤثرات الخارجية).**

جدول رقم (18) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال السابع (المؤثرات الخارجية) والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، وكذلك قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 والتي تساوي 0.396 ، وبذلك تعتبر فقرات المجال **السابع** صادقة لما وضعت لقياسه.

**جدول رقم (18)**

**معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال السابع (المنافسة) والدرجة الكلية لفقراته**

| مسلسل | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| 39 | تتم دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد سعر الخدمة المصرفية . | 0.493 | 0.012 |
| 40 | توجد منافسة شديدة بين جميع المصارف العاملة في فلسطين . | 0.411 | 0.046 |
| 41 | يعتمد المصرف سياسة التكامل الراسي في تقديم خدماته في سبيل تخفيف أسعار الخدمات. | 0.527 | 0.007 |
| 42 | يعتمد المصرف سياسة التكامل الأفقي في تقديم خدماته في سبيل تخفيف أسعار الخدمات | 0.519 | 0.008 |
| 43 | يعتبر وجود أعداد كبيرة من المصارف حافزاً لتشكيل وحدات متخصصة للتسعير | 0.438 | 0.029 |
| 44 | إن وجود المنافسة بين المصارف في تقديم الخدمات المتنوعة تؤدي بالمصارف لتقديم خدمة معينة بغض النظر عن تكلفتها | 0.494 | 0.012 |

قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

- **قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات المجال الثامن (دور سلطة النقد).**

جدول رقم (19) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثامن (دور سلطة النقد) والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، وكذلك قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 والتي تساوي 0.396 ، وبذلك تعتبر فقرات المجال **الثامن** صادقة لما وضعت لقياسه.

**جدول رقم (19)**

**معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثامن (دور سلطة النقد) والدرجة الكلية لفقراته**

| مسلسل | الفقرة | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| **45** | **تدخل سلطة النقد بشكل محدود في أسعار الخدمات** | **0.451** | **0.024** |
| **46** | **توافق سلطة النقد على أسعار الخدمات الجديدة بدون إجراء تعديلات على السعر.** | **0.463** | **0.020** |
| **47** | **لا توافق سلطة النقد على تعديل سعر خدمة ما كانت قد حددت سعرها سابقاً.** | **0.569** | **0.003** |

قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

## الصدق البنائي لمجالات الاستبانة

جدول رقم (20) يبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الاستبانة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة، والذي يبين أن محتوى كل مجال من مجالات الاستبيان له علاقة قوية بهدف الدراسة عند مستوى دلالة (0.05).

**جدول رقم (20)**

**الصدق البنائي لمجالات الدراسة**

| المجال | محتوى المجال | معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|
| الأول | السيولة | 0.773 | 0.000 |
| الثاني | محاسبة التكاليف | 0.833 | 0.000 |
| الثالث | المخاطر | 0.686 | 0.000 |
| الرابع | عدد الوحدات المباعة | 0.608 | 0.001 |
| الخامس | الأرباح المحصلة من العميل | 0.895 | 0.000 |
| السادس | المعوقات | 0.776 | 0.000 |
| السابع | المنافسة | 0.483 | 0.014 |
| الثامن | دور سلطة النقد | 0.846 | 0.000 |
| التاسع | الأهداف الإستراتيجية للمصرف | 0.918 | 0.000 |

قيمة r المحسوبة اكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

## ثبات الاستبانة Reliability:

وقد أجرى الباحث خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها بطريقتين هما طريقة التجزئة النصفية ومعامل ألفا كرونباخ.

- **طريقة التجزئة النصفية Split-Half Coefficient:**

تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل محور من محاور الاستبانة، وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان براون للتصحيح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة التالية:

معامل الثبات = $\frac{2ر}{1+ر}$ حيث ر معامل الارتباط وقد بين جدول رقم (21) يبين أن هناك معامل ثبات كبير نسبيا لفقرات الاستبيان

**جدول رقم (21)**

**معامل الثبات ( طريقة التجزئة النصفية)**

| المجال | محتوى المجال | معامل الارتباط | معامل الثبات | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|---|
| الأول | السيولة | 0.8768 | 0.9343 | 0.000 |
| الثاني | محاسبة التكاليف | 0.8332 | 0.9090 | 0.000 |
| الثالث | المخاطر | 0.8866 | 0.9398 | 0.000 |
| الرابع | عدد الوحدات المباعة | 0.6314 | 0.7740 | 0.000 |
| الخامس | الأرباح المحصلة من العميل | 0.7829 | 0.8782 | 0.000 |
| السادس | المعوقات | 0.6160 | 0.7624 | 0.000 |
| السابع | المنافسة | 0.7546 | 0.8601 | 0.000 |
| الثامن | دور سلطة النقد | 0.6981 | 0.8222 | 0.000 |
| التاسع | الأهداف الإستراتيجية للمصرف | 0.8225 | 0.9026 | 0.000 |
| | جميع المجالات | 0.7958 | 0.8863 | 0.000 |

قيمة r المحسوبة أكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 23 تساوي 0.396

### طريقة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha:

استخدمت طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة كطريقة ثانية لقياس الثبات والجدول رقم (22) يبين أن معاملات الثبات مرتفعة لمحاور الاستبانة،حيث بلغت نسبة الثبات لجميع المجالات 89.87%.

**جدول رقم(22)**

**معاملات الثبات ( طريقة ألفا كرونباخ)**

| المجال | محتوى المجال | معامل ألفا كرونباخ للثبات |
|---|---|---|
| الأول | السيولة | 0.9513 |
| الثاني | محاسبة التكاليف | 0.9319 |
| الثالث | المخاطر | 0.929 |
| الرابع | عدد الوحدات المباعة | 0.7805 |
| الخامس | الأرباح المحصلة من العميل | 0.9196 |
| السادس | المعوقات | 0.8016 |
| السابع | المؤثرات الخارجية | 0.8714 |
| الثامن | دور سلطة النقد | 0.8268 |
| | جميع المجالات | 0.8987 |

### المعالجات الإحصائية:

تم تفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج SPSS الإحصائي وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

1- النسب المئوية والتكرارات لمعرفة نسب الإجابات على كل فقرة من فقرات الاستبانة ونسبة كل خاصية من خصائص العينة.

2- اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة

3- اختبار كولومجروف-سمرنوف لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا ( 1- Sample K-S )

4- اختبار One sample t test لبيان مدى دلالة كل فقرة من فقرات الاستبانة وبالتالي قبول أو رفض الفرضية.

5- اختبار One Way ANOVA لاختبار الفروقات في آراء أفراد العينة في العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية.

# الفصل الرابع

# نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

- اختبار التوزيع الطبيعي.
- تحليل فقرات وفرضيات الدراسة.
- النتائج.
- التوصيات.

## اختبار التوزيع الطبيعي(اختبار كولمجروف - سمرنوف (1- Sample K-S))

تم استخدام اختبار كولمجروف- سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات، لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، ويوضح الجدول رقم (23) نتائج الاختبار حيث إن قيمة مستوى الدلالة لكل مجال اكبر من 0.05 ( $sig. > 0.05$ ) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعلميه.

**جدول رقم (23)**

**اختبار التوزيع الطبيعي(One-Sample Kolmogorov-Smirnov)**

| المجال | محتوى المجال | قيمة Z | قيمة مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|
| الأول | السيولة | 0.915 | 0.372 |
| الثاني | محاسبة التكاليف | 1.143 | 0.147 |
| الثالث | المخاطر | 0.706 | 0.702 |
| الرابع | عدد الوحدات المباعة | 1.282 | 0.075 |
| الخامس | الأرباح المحصلة من العميل | 0.873 | 0.431 |
| السادس | المعوقات | 1.032 | 0.237 |
| السابع | المؤثرات الخارجية | 0.830 | 0.495 |
| الثامن | دور سلطة النقد | 0.725 | 0.669 |
| | جميع المجالات | 0.521 | 0.949 |

## تحليل فقرات الدراسة

تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة ( One Sample T test) لتحليل فقرات الاستبانة والجداول التالية تحتوي على النسبة المئوية لبدائل كل فقرة وكذلك المتوسط الحسابي والوزن النسبي وقيمة t ومستوى الدلالة لكل فقرة، وتكون الفقرة ايجابية بمعنى أن أفراد العينة يوافقون على محتواها إذا كانت القيمة المطلقة لقيمة t المحسوبة اكبر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 2.0 عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" ( أو مستوى المعنوية اقل من 0.05 والوزن النسبي اكبر من 60 %)، وتكون الفقرة سلبية بمعنى أن أفراد العينة لا يوافقون على محتواها إذا كانت القيمة المطلقة لقيمة t المحسوبة أصغر من القيمة المطلقة لقيمة t الجدولية والتي تساوي 2.0 عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" ( أو مستوى المعنوية اقل من

0.05 والوزن النسبي اقل من 60 %)، وتكون آراء العينة في الفقرة محايدة إذا كـان مـستوى المعنوية أكبر من 0.0.

**تحليل فقرات المجال الأول : السيولة**

**الفرضية الأولى: تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بالسيولة لدى المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة** $a \leq 0.05$

**جدول رقم(24)**

**تحليل فقرات المجال الأول(السيولة)**

| رقم الفقرة | الفقرة | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 9 | توجد لدى المصرف جهة مختصة لإدارة السيولة أحد أهدافها تخفيض تكلفة الأموال لدى المصرف | 53.2 | 38.3 | 2.1 | 2.1 | 4.3 | 4.34 | 86.81 | 9.554 | 0.000 |
| 10 | توجد جهة مختصة لدى المصرف لإدارة الأموال المتاحة للاستثمار. | 40.4 | 48.9 | 10.6 | 0.0 | 0.0 | 4.30 | 85.96 | 13.552 | 0.000 |
| 11 | بسبب فائض السيولة يقوم المصرف بتخفيض أسعار خدماته الائتمانية للتخلص من السيولة الزائدة. | 8.5 | 36.2 | 14.9 | 40.4 | 0.0 | 3.13 | 62.55 | 0.829 | 0.411 |
| 12 | يقوم المصرف بتخفيض أسعار خدماته غير الائتمانية لاستقطاب ودائع جديدة وبالتالي الحصول على سيولة إضافية . | 25.5 | 53.2 | 4.3 | 17.0 | 0.0 | 3.87 | 77.45 | 6.031 | 0.000 |
| | **جميع الفقرات** | | | | | | 3.91 | 78.19 | 10.241 | 0.000 |

**قيمة t الجدولية عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" تساوي 2.0**

يبين جدول رقم (24) أن أراء أفراد العينة في الفقرة (9) كانت إيجابية حيث اتفقوا على أنه " توجد لدى المصرف جهة مختصة لإدارة السيولة " بوزن نسبي 86.81% ، وعلى أنه " توجد جهة مختصة لدى المصرف لإدارة الأموال المتاحة للاستثمار " بوزن نسبي 85.96% في الفقرة (10) ولدى الاستفسار من بعض المصارف محل الدراسة تبين أن إدارة السيولة وإدارة الأموال المتاحة للاستثمار تختص بها جهات بنفس المسمى أو دوائر أخرى مثل دائرة الخزينة أو إدارة العمليات وتعكس نسبة الايجابية في الفقرتين (9،10) أهمية السيولة وإدارتها بالنسبة للعمل المصرفي.

كما اتفق أفراد العينة في الفقرة (12)على انه " يقوم المصرف بتخفيض أسعار خدماته غير الائتمانية لاستقطاب ودائع جديدة وبالتالي الحصول على سيولة إضافية " بوزن نسبي77.45% مما يدلل أن للسيولة أثرًا في تسعير الخدمات المصرفية، أما في الفقرة (11) والتي نصت على أنه (بسبب فائض السيولة يقوم المصرف تخفيض أسعار خدماته الائتمانية للتخلص من فائض السيولة وبالتالي تقليل تكلفة الأموال لدى المصرف) فقد كانت أراء أفراد العينة محايدة حيث إن مستوى الدلالة كان أكبر من 0.05 و بوزن نسبي 62% وقد كانت نسبة الذين أجابوا بموافق وموافق بشدة 44.7% ونسبة الذين أجابوا بلا أدري وغير موافق 55.3%، وقد تم الاستفسار من بعض مدراء المصارف عن طرق معالجة المصارف لفائض السيولة وكانت إجاباتهم أن زيادة السيولة تستغل بزيادة التسهيلات الائتمانية المباشرة أو استثمارها في الأوراق المالية، ويتبين من إجابة هذه الفقرة أن المصارف في قطاع غزة تسعى لتحقيق الربح بالدرجة الأولى وهذا ما أُثبت في الدراسة كما سيأتي لاحقاً.

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.91 والوزن النسبي يساوي 78.19%وهو أكبر من "60%" ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الأولى التي تنص على " تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بالسيولة لدى المصارف العاملة في قطاع غزة" عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$ .

**تحليل فقرات المجال الثاني: عامل التكلفة**

**الفرضية الثانية : تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بتكاليف الخدمات لـــدى المـــصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة** $a \leq 0.05$

**جدول رقم(25)**

**تحليل فقرات المجال الثاني(عامل التكاليف)**

| رقم الفقرة | الفقرة | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **13** | ترى إدارة المـــصرف أن مخرجـــات نظـــام التكاليف تشكل عاملاً أساسيا في تحديد سعر الخدمة. | **23.4** | **51.1** | **10.6** | **12.8** | **2.1** | **3.81** | **76.17** | **5.468** | **0.000** |
| **14** | يوجد لدى المـــصرف وحـــدات متخصـــصة لاحتـــساب تكلفـــة الخدمة. | **23.4** | **53.2** | **6.4** | **10.6** | **6.4** | **3.77** | **75.32** | **4.659** | **0.000** |
| **15** | توجد لدى المـــصرف أسس ومعايير لتوزيع التكاليف على مراكـــز التكلفة. | **27.7** | **51.1** | **8.5** | **8.5** | **4.3** | **3.89** | **77.87** | **5.849** | **0.000** |
| **16** | تـــستخدم بيانـــات التكاليف عند إضـــافة أو حذف خدمة | **23.4** | **53.2** | **10.6** | **8.5** | **4.3** | **3.83** | **76.60** | **5.532** | **0.000** |
| **17** | تعتبر التكلفة الإضافية الناشئة عـــن تقـــديم خدمة جديدة هي الحد الأدنى لتكلفه الخدمة | **12.8** | **63.8** | **14.9** | **6.4** | **2.1** | **3.79** | **75.74** | **6.484** | **0.000** |
| | **جميع فقرات المجال** | | | | | | 3.82 | 76.34 | 6.856 | 0.000 |

**قيمة t الجدولية عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" تساوي 2.0**

يبين جدول رقم (25) أن آراء أفراد العينة في جميع فقرات المجال ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل منها أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل من 0.05 بمعنى أن أفراد العينة يتفقون على أنه " توجد لدى المصرف أسس ومعايير لتوزيع التكاليف على مراكز التكلفة " بوزن نسبي 77.87%، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إلية دراسة(بارود،2007) من أنه توجد لدى المصارف الفلسطينية أسس ومعايير لتوزيع التكاليف لديها كما اتفقت مع دراسة (العمري،2003) في ذلك، واتفق أفراد العينة على أنه " ترى إدارة المصرف أن مخرجات نظام التكاليف تشكل عاملاً أساسيا في تحديد سعر الخدمة " بوزن نسبي76.17%، و على أنه " يوجد لدى المصرف وحدات متخصصة لاحتساب تكلفة الخدمة " بوزن نسبي 75.32%، وتبين الفقرات الثلاث السابقة (13،14،15) انه يوجد لدى المصارف في قطاع غزة وحدات متخصصة لاحتساب التكلفة كما اتفق أفراد العينة على إنه " تستخدم بيانات التكاليف عند إضافة أو حذف خدمة "بوزن نسبي 76.60%، و على إنه " تعتبر التكلفة الإضافية الناشئة عن تقديم خدمة جديدة هي الحد الأدنى لتكلفه الخدمة " بوزن نسبي 75.74%، وتبين من الفقرة (16) أن المصارف تأخذ عامل التكلفة بالحسبان عند تقديم الخدمة المصرفية ويتأكد ذلك في الفقرة (31) والتي تنص على أن المصرف يدرس التكلفة التي يتحملها نتيجة علاقته مع العميل ،أما الفقرة (17) فتبين أنه يتم تحميل الخدمة بالتكاليف الإضافية فقط .

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.82والوزن النسبي يساوي 76.34%وهو أكبر من "60% ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الثانية التي تنص على " أن أسعار الخدمات المصرفية تتأثر بتكلفة الخدمة في المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$

**تحليل فقرات المجال الثالث: المخاطر**

**الفرضية الثالثة : تؤثر مخاطر العمل المصرفي بقرارات تسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$**

## جدول رقم(26)

## تحليل فقرات المجال الثالث(المخاطر)

| رقم الفقرة | الفقرة | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 18 | توجد جهة مختصة لإدارة المخاطر لدى المصرف أحد أهدافها احتساب تكلفة المخاطر. | 55.3 | 29.8 | 0.0 | 4.3 | 10.6 | 4.15 | 82.98 | 6.051 | 0.000 |
| 19 | يعتبر عدد المصارف في قطاع غزة سبباً في ارتفاع مخاطر تقديم الخدمة المصرفية الأمر الذي يؤدي إلى زيادة المخاطر | 31.9 | 48.9 | 6.4 | 12.8 | 0.0 | 4.00 | 80.00 | 7.175 | 0.000 |
| 20 | يعتبر نقص الفرص الاستثمارية لتشغيل الأموال سبباً في زيادة المخاطر مما يؤدي لزيادة أسعار الخدمات | 29.8 | 34.0 | 12.8 | 23.4 | 0.0 | 3.70 | 74.04 | 4.221 | 0.000 |
| 21 | يعتبر التركز في تقديم الخدمات المصرفية وخاصة الائتمانية منها أحد أهم المخاطر التي تتعرض لها المصارف الأمر الذي يؤثر على أسعار الخدمات. | 44.7 | 48.9 | 2.1 | 4.3 | 0.0 | 4.34 | 86.81 | 12.578 | 0.000 |
| 22 | يقوم المصرف بتعويم سعر الفائدة على الخدمات الائتمانية لتلافي مخاطر أسعار الفائدة. | 31.9 | 27.7 | 17.0 | 21.3 | 2.1 | 3.66 | 73.19 | 3.759 | 0.000 |
| | جميع الفقرات | | | | | | 3.97 | 79.40 | 11.633 | 0.000 |

**قيمة t الجدولية عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" تساوي 2.0**

يبين جدول رقم (26) أن آراء أفراد العينة في جميع فقرات المجال ايجابية حيث إن الوزن النسبي لكل منها أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل من 0.05 بمعنى أن أفراد العينة يتفقون على أن " يعتبر التركز في تقديم الخدمات المصرفية وخاصة الائتمانية منها أحد أهم المخاطر التي تتعرض لها المصارف الأمر الذي يؤثر على أسعار الخدمات " بوزن نسبي 86.81%، وعلى أن " توجد جهة مختصة لإدارة المخاطر لدى المصرف" بوزن نسبي 82.98%، وقد اتفقت هذه النتيجة مع توصلت إلية دراسة (أبوكمال، 2007) من المصارف الفلسطينية لديها وحدات متخصصة لإدارة المخاطر، وعلى أن "يعتبر نقص الفرص الاستثمارية لتشغيل الأموال سبباً في زيادة المخاطر الأمر الذي يؤثر على أسعار الخدمات " بوزن نسبي80.00%، وعلى أن " يعتبر عدد البنوك العاملة في فلسطين سبباً في ارتفاع مخاطر تقديم الخدمة المصرفية الأمر الذي يؤثر على أسعار الخدمات " بوزن نسبي 74.04%، وعلى أنه " يقوم المصرف بتعويم سعر الفائدة على التسهيلات الائتمانية لتلافي مخاطر أسعار الفائدة " بوزن نسبي 73.19%، واتفقت هذه النتائج مع ما توصلت إلية دراسة (العمري،2003) من أن المصارف تأخذ بالحسبان تكلفة المخاطر وان أهم المخاطر التي تواجه المصارف هي تركز الخدمات ونقص الفرص الاستثمارية وزيادة عدد المصارف العاملة.

ويتضح من إجابات الفقرات السابقة أن مخاطر العمل المصرفي تؤثر في قرارات التسعير وتتفق هذة النتيجة مع دراسة(Lepetit, Nys, Rous, Tarazi,2006) **ودراسة** ( marteno , (donald & yi ,2006

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.97 والوزن النسبي يساوي 79.40%وهو أكبر من "60% ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الثالثة التي تنص على" تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بمخاطر العمل المصرفي لدى البنوك العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$

**تحليل فقرات المجال الرابع: عدد الخدمات المباعة**

**الفرضية الرابعة: تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بعدد الخدمات المباعة لدى المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة** $a \leq 0.05$

**جدول رقم(27)**

**تحليل فقرات المجال الرابع(عدد الخدمات المباعة)**

| رقم الفقرة | الفقرة | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 23 | يقوم المصرف بدراسة أثر التغير في سعر الخدمة على الطلب لنفس الخدمة. | 25.5 | 61.7 | 6.4 | 6.4 | 0.0 | 4.06 | 81.28 | 9.554 | 0.000 |
| 24 | يقوم المصرف بدراسة مدى إقبال العملاء على الخدمات المقدمة عند تعديل و تحديد أسعار الخدمات. | 31.9 | 55.3 | 4.3 | 6.4 | 2.1 | 4.09 | 81.70 | 8.222 | 0.000 |
| 25 | يقوم المصرف بحساب كمية التعادل للخدمة المقدمة عند تحديد أو تعديل سعر خدمة. | 21.3 | 51.1 | 12.8 | 10.6 | 4.3 | 3.74 | 74.89 | 4.852 | 0.000 |
| 26 | يقوم المصرف بحساب سعر التعادل للخدمة عند تحليل أو تعديل سعرها. | 27.7 | 46.8 | 6.4 | 17.0 | 2.1 | 3.81 | 76.17 | 5.056 | 0.000 |
| 27 | يقوم المصرف بتخفيض أسعار الفوائد المقبوضة بمقدار الزيادة في أرباح الخدمات غير الائتمانية | 12.8 | 34.0 | 12.8 | 36.2 | 4.3 | 3.15 | 62.98 | 0.866 | 0.391 |
| 28 | يقوم المصرف بتخفيض سعر الخدمة المصرفية كلما زاد الطلب عليها. | 12.8 | 31.9 | 14.9 | 38.3 | 2.1 | 3.15 | 62.98 | 0.894 | 0.376 |
| | جميع المجالات | | | | | | 3.56 | 71.28 | 4.832 | 0.000 |

**قيمة t الجدولية عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" تساوي 2.0**

يبين جدول رقم (27) أن آراء أفراد العينة كانت ايجابية في الفقـرات (26،25،24،23) حيث أن الوزن النسبي لكل منها أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل مـن 0.05 بمعنـى أن أفراد العينة يتفقون على أن " يقوم المصرف بدراسة مدى إقبال العملاء على الخدمات المقدمـة عند تحديد أو تعديل أسعار الخدمات " بوزن نسبي 81.70% ، وعلـى أن " يقـوم المـصرف بدراسة أثر التغير في سعر الخدمة على الطلب لنفس الخدمة " بوزن نسبي 81.28%، وعلى أن " يقوم المصرف بحساب سعر التعـادل للخدمـة عنـد تحديـد أو تعـديل سـعرها " بـوزن نسبي76.17%، وعلى إن " يقوم المصرف بحساب كمية التعادل للخدمة المقدمة عند تحديـد أو تعديل سعر خدمة " بوزن نسبي 74.89%، وتدلل الفقرات الأربع السابقة أن المـصارف تقـوم بدراسة مرونة الطلب على الخدمة وهذا يؤكد ما جاء في الفقرات (36،35) من أنه يتوفر لـدى المصارف وحدات متخصصة للتسعير ولإجراء أبحاث السوق، وقد كانت آراء أفراد العينة فـي الفقرتين (28،27) محايدة حيث أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من 0.05 في كـلا الفقـرتين فقـد كانت قيمةt 0.866 والوزن النسبي 62.98% للفقرة (28) وكانـت t تـساوي 0.894 وبـوزن نسبي 62.98% للفقرة (27) ولعل عدم موافقة أفراد العينة علـى الفقـرتين الـسابقتين جـاءت متوافقة مع الأهمية الإستراتيجية للمصارف في قطاع غزة حيث كان هدف الربحيـة بالمرتبـة الأولي ويعكس هذا الأهمية النسبية لأرباح الفوائد لدى المصارف في قطاع غزة وتتأكـد هـذه النتيجة من أهمية أرباح الفوائد لدى المصارف في الجهاز المصرفي الفلسطيني والجدول التـالي يوضح ذلك

**جدول(28) يوضح الأهمية النسبة لإيرادات الفوائد بالنسبة لإجمالي إيرادات المصارف في فلسطين(بالدولار)**

| السنة | 2005 | 2006 | 2007/6 |
|---|---|---|---|
| إجمالي الدخل | 190,638,561 | 165,059,600 | 115,522,109 |
| صافي إيرادات الفوائد | 100,366,453 | 121,880,448 | 80,325,724 |
| الأهمية النسبة لصافي إيرادات الفوائد | %52.64 | %73 | %69.53 |

**المصدر: (مجلة البنوك العدد 30,31)**

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.56 والوزن النسبي يساوي 71.28 %وهو أكبر من "60%" ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الرابعة التي تنص على " تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بعدد الخدمات المباعة لدى المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$".

**تحليل فقرات المجال الخامس**

**الفرضية الخامسة : تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بحجم الأرباح المحصلة من العميل لدى المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة** $a \leq 0.05$ .

**جدول رقم(29)**

**تحليل فقرات المجال الخامس(الأرباح المحصلة من العميل)**

| رقم الفقرة | الفقرة | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 29 | يعمد المصرف في بعض الحالات لوضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة. | 19.1 | 51.1 | 6.4 | 21.3 | 2.1 | 3.64 | 72.77 | 4.007 | 0.000 |
| 30 | عند وضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة فان المصرف يكون قد قام بتحليل كامل لعلاقته مع العميل. | 21.3 | 51.1 | 14.9 | 12.8 | 0.0 | 3.81 | 76.17 | 5.999 | 0.000 |
| 31 | يقوم المصرف بدراسة التكلفة التي يتحملها نتيجة علاقته مع العميل قبل تحديد سعر الخدمة المقدمة لة. | 27.7 | 51.1 | 12.8 | 8.5 | 0.0 | 3.98 | 79.57 | 7.695 | 0.000 |
| 32 | يقوم المصرف بدراسة ارتباط الخدمات المقدمة بخدمات أخرى يطلبها العميل ومدى ربحيتها عند تحديد أسعارها | 34.0 | 46.8 | 10.6 | 6.4 | 2.1 | 4.04 | 80.85 | 7.488 | 0.000 |
| | جميع فقرات المجال | | | | | | 3.87 | 77.34 | 8.364 | 0.000 |

قيمة t الجدولية عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" تساوي 2.0

يبين جدول رقم (29) أن آراء أفراد العينة في جميع فقرات المجال ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل منها أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل من 0.05 بمعنى أن أفراد العينة يتفقون على إن " المصرف يقوم بدراسة ارتباط الخدمات المقدمة بخدمات أخرى يطلبها العميل

ومدى ربحيتها عند تحديد أسعارها " بوزن نسبي 80.85% تتفق هـذه النتيجـة مـع دراسـة العمري من أن المصارف تقوم بدراسة حاجات العملاء وتلبية رغباتهم، وعلى إن " المـصرف يقوم بدراسة التكلفة التي يتحملها نتيجة علاقته مع العميل" بوزن نـسبي 79.57%، وعلـى أن " عند وضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة فان المصرف يكون قد قام بتحليـل كامـل لعلاقته مع العميل " بوزن نسبي76.17%، وعلى أن " يعمد المصرف في بعض الحالات لوضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة " بوزن نسبي 72.77%، وتتفق هذه النتيجة مع ما ذكر سابقاً من أن ربحية العميل أحد العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية.

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات يـساوي 3.87 والـوزن النـسبي يساوي 77.34% وهو أكبر من "60% ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي اقل مـن 0.05 مما يعني قبول الفرضية الخامسة التي تنص على "تتأثر قرارات تـسعير الخـدمات المـصرفية بحجم الأرباح المحصلة من العميل لدى البنوك العاملة في قطاع غـزة عنـد مـستوى دلالـة $a \leq 0.05$

**تحليل فقرات المجال السادس**

**الفرضية السادسة: توجد عدة معوقات(توفر الكفاءات العلمية، سرية العمل المصرفي،تدخل الإدارة العليا) تحول دون تسعير الخدمة المصرفية على أسس سليمة.**

**جدول رقم(30)**

**تحليل فقرات المجال السادس(المعوقات)**

| رقم الفقرة | الفقرة | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 33 | يتوافر لدى المصرف الخبرات اللازمة لإنشاء وحدات متخصصة للتسعير. | 31.9 | 44.7 | 8.5 | 8.5 | 6.4 | 3.87 | 77.45 | 5.183 | 0.000 |
| 34 | يقوم المصرف بالاستعانة بالخبرات الخارجية بغض النظر عن سرية العمل المصرفي | 4.3 | 23.4 | 21.3 | 29.8 | 21.3 | 2.60 | 51.91 | -2.32 | 0.024 |
| 35 | توجد لدى المصرف وحدات متخصصة لتسعير الخدمات بنفس المسمى أو بمسميات أخرى. | 25.5 | 44.7 | 8.5 | 14.9 | 6.4 | 3.68 | 73.62 | 3.891 | 0.000 |
| 36 | توجد لدى المصرف وحدات متخصصة لإجراء أبحاث السوق. | 29.8 | 34.0 | 6.4 | 19.1 | 10.6 | 3.53 | 70.64 | 2.641 | 0.011 |
| 37 | تتدخل الإدارة العليا في مراحل قليلة ومحددة من مراحل تسعير الخدمة. | 21.3 | 31.9 | 12.8 | 25.5 | 8.5 | 3.32 | 66.38 | 1.678 | 0.100 |
| 38 | يتم تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الإدارة العليا بعد دراسته من قبل الجهات المختصة | 40.4 | 44.7 | 8.5 | 4.3 | 2.1 | 4.17 | 83.40 | 8.754 | 0.000 |
| | جميع الفقرات | | | | | | 3.53 | 70.57 | 4.139 | 0.000 |

يبين جدول رقم (30) أن آراء أفراد العينة كانت إيجابية في الفقرات (34،35،36،38)حيث أن الوزن النسبي لكل منها أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل من 0.05، بمعنى أن أفراد العينة يتفقون على أنه " يتم تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الإدارة العليا بعد دراسته من قبل الجهات المختصة " بوزن نسبي 83.40 %، وعلى أنه " يتوفر لدى

المصارف الخبرات اللازمة لتسعير الخدمات المصرفية" بوزن نسبي 77.45%، و علـــى أنـــه " توجد لدى المصرف وحدات متخصصة لتسعير الخدمات بنفس المسمى أو بمـــسميات أخـــرى" بوزن نسبي 73.62%، وعلى أنه " توجد لدى المصرف وحدات متخصصه لأبحـــاث الـــسوق " بوزن نسبي 70.64،وكانت آراء أفراد العينة في الفقرة (37) محايدة حيـــث أن قيمـــة مـــستوى الدلالة أكبر من 0.05، وكانت آراء أفراد العينة سلبية في الفقرة (34) حيـــث أن قيمـــة الـــوزن النسبي أقل من 60% ومستوى المعنوية أقل من0.05.

ويلاحظ من النتائج السابقة أن نتائج الفقرتين (37،38) جـــاءت متوافقـــة مـــع بعـــضها البعض حيث نصت الثانية على أنه يتم تحديد السعر النهائي من قبل الإدارة العليا وقد كانت آراء أفراد العينة ايجابية، ولعل مرد ذلك كما أكد بعض رؤساء الدوائر المالية من أن لجنة التـــسعير هي نفسها أو معظمها يتكون من الإدارة العليا ونصت الأولى على أن تدخل الإدارة العليـــا فـــي مراحل محددة من التسعير وقد كانت آراء أفراد العينـــة محايـــدة حيـــث ينحـــصر دور الجهـــة المختصة في وضع السعر حسب المعلومات المتوفرة لديها مما يعني تأكيدا للفقرة (38) وتوافقت هذه النتائج مع دراسة العمري التي أثبتت أن أحد المعوقات التي تواجه المصارف فـــي عمليـــة التسعير هي مركزية اتخاذ القرار،وجاءت نتائج الفقرتين (33،35) متوافقة مع بعضهما الـــبعض حيت نصت الفقرة (35) على انه توجد لدى المصارف وحدات متخصصة للتسعير مما يتطلـــب توفر الكفاءات القادرة على ذلك وهذا ما أُثبت من خلال الفقـــرة (33)، تبـــين نتـــائج الفقـــرات (34،37) أن تدخل الإدارة العليا وسرية العمل المصرفي تشكل عائقاً أمام تسعير الخدمات علـــى أسس علمية سليمة فتدخل الإدارة العليا يضعف من تأثير الوحدات المتخصصة وذوي الكفـــاءات والمتخصصين على قرار السعر، أما سرية العمل المصرفي فقد تمنع المصرف مـــن الاســـتعانة بالخبرات الخارجية لتطوير عملية التسعير.

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات يـــساوي 3.53 والـــوزن النـــسبي يساوي 70.57 %وهو أكبر من "60% ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقـــل مـــن 0.05 مما يعني قبول الفرضية السادسة التي تنص على " توجد عدة معوقات(توفر الكفاءات العلميـــة، سرية العمل المصرفي،تدخل الإدارة العليا) تحول دون تسعير الخدمة المـــصرفية علـــى أســـس سليمة عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$

### تحليل فقرات المجال السابع: المنافسة

**الفرضية السابعة: تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية ببعض المؤثرات الخارجية المحيطة بالعمل المصرفي لدى المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة** $a \leq 0.05$

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

**الفرضية الفرعية الأولى: تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بالمنافسة بين المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة** $a \leq 0.05$

**جدول رقم(31)**

**تحليل فقرات المجال السابع(المنافسة)**

| رقم الفقرة | الفقرة | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 39 | تتم دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد سعر الخدمة المصرفية . | 42.6 | 53.2 | 2.1 | 2.1 | 0.0 | 4.36 | 87.23 | 14.583 | 0.000 |
| 40 | توجد منافسة شديدة بين جميع المصارف العاملة في فلسطين . | 37.0 | 54.3 | 2.2 | 6.5 | 0.0 | 4.22 | 84.35 | 10.500 | 0.000 |
| 41 | يعتمد المصرف سياسة التكامل الراسي في تقديم خدماته في سبيل تخفيض أسعار الخدمات | 10.6 | 55.3 | 19.1 | 14.9 | 0.0 | 3.62 | 72.34 | 4.842 | 0.000 |
| 42 | يعتمد المصرف سياسة التكامل الأفقي في تقديم خدماته في سبيل تخفيض أسعار الخدمات | 8.5 | 36.2 | 36.2 | 19.1 | 0.0 | 3.34 | 66.81 | 2.618 | 0.012 |
| 43 | يعتبر وجود أعداد كبيرة من المصارف حافزاً لتشكيل وحدات متخصصة للتسعير | 29.8 | 61.7 | 8.5 | 0.0 | 0.0 | 4.13 | 82.55 | 9.698 | 0.000 |
| 44 | إن وجود المنافسة بين المصارف في تقديم الخدمات المتنوعة تؤدي بالمصارف لتقديم خدمة معينة بغض النظر عن تكلفتها | 10.6 | 44.7 | 10.6 | 34.0 | 0.0 | 3.32 | 66.38 | 2.054 | 0.046 |
| | جميع فقرات المجال | | | | | | 3.83 | 76.55 | 11.408 | 0.000 |

يبين جدول رقم (31) أن آراء أفراد العينة في جميع فقرات المجال ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل منها أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل من 0.05 بمعنى أن أفراد العينة يتفقون على أنه " تتم دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد سعر الخدمة المصرفية " بوزن نسبي 87.23%، وعلى إن " توجد منافسة شديدة بين جميع المصارف العاملة في فلسطين" بوزن نسبي 84.35% واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (بارود2007) التي أثبتت وجود منافسة شديدة بين المصارف الوطنية العاملة في قطاع غزة، وعلى أنه " يعتبر وجود أعداد كبيرة من المصارف حافزاً لتشكيل وحدات متخصصة للتسعير " بوزن نسبي82.55%، وأنه " يعتمد المصرف سياسة التكامل الراسي في تقديم خدماته في سبيل تقديم أسعار خدمات منافسة " بوزن نسبي 72.34%، وعلى إن " يعتمد المصرف سياسة التكامل الأفقي في تقديم خدماته في سبيل تقديم أسعار خدمات منافسه " بوزن نسبي 66.81%، ويلاحظ من نتائج الفقرتين (41،42) اتجاه المصارف العاملة في قطاع غزة لتقديم الخدمة بالكامل.

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.83 والوزن النسبي يساوي 76.55%وهو أكبر من "60% ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على "تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بالمنافسة بين المصارف العاملة في قطاع غزة عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$ .

**تحليل فقرات المجال الثامن: دور سلطة النقد**

**الفرضية الفرعية الثانية: تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بشكل محدود بقرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات المصرفية.** $a \leq 0.05$

**جدول رقم(32)**

**تحليل فقرات المجال الثامن(دور سلطة النقد)**

| رقم الفقرة | الفقرة | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 45 | تتدخل سلطة النقد بشكل محدود في أسعار الخدمات. | 40.4 | 42.6 | 8.5 | 8.5 | 0.0 | 4.15 | 82.98 | 8.671 | 0.000 |
| 46 | توافق سلطة النقد على أسعار الخدمات الجديدة بعد إجراء تعديلات على السعر. | 23.4 | 53.2 | 10.6 | 12.8 | 0.0 | 3.87 | 77.45 | 6.476 | 0.000 |
| 47 | لا توافق سلطة النقد على تعديل سعر خدمة ما كانت قد حددت سعرها سابقاً. | 10.6 | 27.7 | 21.3 | 38.3 | 2.1 | 3.06 | 61.28 | 0.401 | 0.690 |
| | جميع فقرات المجال | | | | | | 3.70 | 73.90 | 6.398 | 0.000 |

قيمة t الجدولية عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" تساوي 2.0

يبين الجدول (32) أن آراء أفراد العينة في الفقرة (47) محايدة حيث أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من 0.05، وكانت آراء أفراد العينة في الفقرات (45،46) إيجابية حيث أن الوزن النسبي لكل منها أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل من 0.05 بمعنى أن أفراد العينة يتفقون على إنه " تتدخل سلطة النقد بشكل محدود في أسعار الخدمات المصرفية " بوزن نسبي 82.98%، وعلى أنه " توافق سلطة النقد على أسعار الخدمات الجديدة بدون إجراء تعديلات على السعر" بوزن نسبي 77.45%، وقد كانت آراء أفراد العينة محايدة في الفقرة(47) التي نصت على أن " لا توافق سلطة النقد على تعديل سعر خدمة ما كانت قد حددت سعرها سابق" بوزن نسبي61.28%، ويستنتج من الفقرات الثلاث السابقة أن تدخل سلطة النقد في أسعار الخدمات بشكل محدود وهذا أُستنتج في الدراسة من قراءة تعميمات سلطة النقد.

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي 3.7 والوزن النسبي يساوي 73.9 %وهو أكبر من "60% ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الثانية التي تنص على " تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بشكل محدود بقرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$ .

## تحليل مجالات الدراسة

**جدول رقم(33)**

**تحليل مجالات الدراسة مرتبة حسب الأهمية**

| المجال | محتوى المجال | المتوسط الحسابي(5) | الوزن النسبي | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| الثالث | المخاطر | 3.97 | 79.40 | 11.633 | 0.000 |
| الأول | السيولة | 3.91 | 78.19 | 10.241 | 0.000 |
| الخامس | الأرباح المحصلة من العميل | 3.87 | 77.34 | 8.364 | 0.000 |
| السابع | المنافسة | 3.83 | 76.55 | 11.408 | 0.000 |
| الثاني | محاسبة التكاليف | 3.82 | 76.34 | 6.856 | 0.000 |
| السابع | دور سلطة النقد | 3.70 | 73.90 | 6.398 | 0.000 |
| الرابع | عدد الوحدات المباعة | 3.56 | 71.28 | 4.832 | 0.000 |
| السادس | المعوقات | 3.53 | 70.57 | 4.139 | 0.000 |
| | **جميع المجالات** | 3.83 | 76.68 | 11.240 | 0.000 |

**قيمة t الجدولية عند درجة حرية "46" ومستوى معنوية "0.05" تساوي 2.0**

يبين جدول رقم (33) أن آراء أفراد العينة في جميع المجالات ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل منها أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل من 0.05

وبصفة عامة يتبين أن الوسط الحسابي لجميع المجالات مجتمعة يساوي 3.83 والوزن النسبي يساوي 76.68%وهو أكبر من "60% ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني أن أفراد العينة يتفقون على أن العوامل محل الدراسة تؤثر في قرارات تسعير الخدمات المصرفية في المصارف العاملة في قطاع غزة وهي مرتبة حسب الأهمية كالتالي (المخاطر، السيولة، الأرباح المحصلة من العميل، المنافسة، التكاليف، قرارات سلطة النقد، عدد الوحدات المباعة، المعوقات) واتفقت الدراسة مع دراسة (البيحاني 1999) في أهمية عوامل التكاليف والمنافسة وحجم المبيعات إلا أنها اختلفت معها في ترتيب أهمية العوامل ، كما اتفقت الدراسة مع نتائج دراسة (الضمور2003) من حيث أهمية العوامل المؤثرة في قرارات التسعير إلا أنها اختلفت معها في ترتيب أهمية هذه العوامل، ولعل مرد هذا الاختلاف مع الدراستين السابقتين يعود لاختلاف طبيعة المجال الذي تبحث فيه هذه الدراسة، وبخلاف عاملي السيولة

والأرباح المحصلة من العميل يلاحظ أن عوامل المخاطرة والمنافسة والتكلفة احتلـــت المراتـــب الأولى في جميع الدراسات السابقة التي بحثت في العوامل المؤثرة في قرارات التسعير باختلاف القطاعات الاقتصادية.

**-ترتيب الأهداف الإستراتيجية**

**يبين جدول رقم (34) ترتيب الأهداف الإستراتيجية كما يلي:**

1- تحقيق الأرباح احتلت المرتبة الأولى
2- زيادة الحصة السوقية احتلت المرتبة الثانية
3- تحقيق معدل نمو احتلت المرتبة الثالثة
4- تحقيق معدل العائد المطلوب على حقوق الملكية احتلت المرتبة الرابعة
5- البقاء في السوق احتلت المرتبة الأخيرة

**جدول رقم (34)**

**ترتيب الأهداف الإستراتيجية**

| الهدف | المتوسط الحسابي (5) | الترتيب |
|---|---|---|
| **تحقيق الأرباح** | 3.51 | **1** |
| **زيادة الحصة السوقية** | 3.34 | **2** |
| **زيادة معدل نمو** | 2.74 | **3** |
| **تحقيق معدل العائد المطلوب على حقوق الملكية** | 2.72 | **4** |
| **البقاء في السوق** | 2.64 | **5** |

**الفرضية الثامنة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$ في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية تعزى لخصائص المصارف العاملة في قطاع غزة ( رأس المال، عدد الفروع، نوع المصرف)**

**ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:**

**9.1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$ في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية تعزى لرأس المال.**

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار t لقياس الفروق في استجابات افرد عينة الدراسة حول (حول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية) تعزى لمتغير رأس المال، والنتائج مبينة في جدول رقم (35)،وقد تبين أن قيمة t المحسوبة لكل مجال أقل من قيمة t الجدولية (والتي تساوي 2.0)، وقيمة مستوى الدلالة لكل مجال أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية تعزى لرأس المال لكل مجال من مجالات الدراسة، وكذلك يتبين أن قيمة t المحسوبة لجميع المجالات مجتمعة تساوي 1.070 وهي أقل من قيمة t الجدولية والتي تساوي "2.0" وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة لجميع المجالات مجتمعة 0.291 وهي أكبر من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية تعزى لرأس المال.

## جدول رقم (35)

## اختبار t لقياس الفروق في استجابات افرد عينة الدراسة حول (أسعار الخدمات المصرفية) طبقا لمتغير رأس المال

| المجال | اسم المجال | رأس المال | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الأول | السيولة | أقل من40 مليون دولار | 19 | 3.9079 | 0.78267 | -0.042 | 0.967 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.9167 | 0.53813 | | |
| الثاني | محاسبة التكاليف | أقل من40 مليون دولار | 19 | 3.9579 | 0.63798 | 1.079 | 0.287 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.6667 | 1.00664 | | |
| الثالث | المخاطر | أقل من40 مليون دولار | 19 | 4.0947 | 0.52649 | 0.925 | 0.361 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.9238 | 0.63080 | | |
| الرابع | عدد الوحدات المباعة | أقل من40 مليون دولار | 19 | 3.8158 | 0.70633 | 1.481 | 0.147 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.4405 | 0.87644 | | |
| الخامس | الأرباح المحصلة من العميل | أقل من40 مليون دولار | 19 | 3.9211 | 0.67213 | 0.175 | 0.862 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.8810 | 0.76901 | | |
| السادس | المعوقات | أقل من40 مليون دولار | 19 | 3.7193 | 0.72659 | 1.221 | 0.230 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.3651 | 1.05885 | | |
| السابع | المنافسة | اقل من40 مليون دولار | 19 | 3.8070 | 0.51299. | -0.595 | 0.555 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.9000 | 0.47493 | | |
| الثامن | دور سلطة النقد | أقل من40 مليون دولار | 19 | 3.6667 | 0.78567 | -0.261 | 0.795 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.7302 | 0.74996 | | |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.8571 | 0.60380 | | |
| | جميع المجالات | أقل من40 مليون دولار | 19 | 3.9640 | 0.49918 | 1.070 | 0.291 |
| | | 40مليون دولار فأكثر | 21 | 3.7888 | 0.53317 | | |

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (38) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 2.0

**8.2: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$ في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية تعزى لعدد الفروع.**

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار t لقياس الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة (حول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية) تعزى لمتغير عدد الفروع، والنتائج مبينة في جدول رقم (36)،وقد تبين أن قيمة t المحسوبة لكل مجال أقل من قيمة t الجدولية (والتي تساوي 2.0)، وقيمة مستوى الدلالة لكل مجال أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$في آراء أفراد عينة الدراسة في أسعار الخدمات المصرفية تعزى لعدد الفروع لكل مجال من مجالات الدراسة، وكذلك يتبين أن قيمة t المحسوبة لجميع المجالات مجتمعة تساوي 1.218 وهي أقل من قيمة t الجدولية والتي تساوي "2.0" وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة لجميع المجالات مجتمعة 0.230 وهي أكبر من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية تعزى لعدد الفروع.

جدول رقم (36)

اختبار t لقياس الفروق في استجابات العينة في (العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات) طبقا لمتغير عدد الفروع

| المجال | اسم المجال | عدد الفروع | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الأول | السيولة | أقل من 3 فروع | 21 | 3.9762 | 0.62702 | 0.670 | 0.506 |
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.8558 | 0.60072 | | |
| الثاني | محاسبة التكاليف | أقل من 3 فروع | 21 | 4.0857 | 0.54616 | 1.100 | 0.141 |
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.6000 | 0.93808 | | |
| الثالث | المخاطر | أقل من 3 فروع | 21 | 4.0190 | 0.51344 | 0.522 | 0.604 |
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.9308 | 0.62211 | | |
| الرابع | عدد الوحدات المباعة | أقل من 3 فروع | 21 | 3.7619 | 0.71797 | 1.549 | 0.128 |
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.4038 | 0.83987 | | |
| الخامس | الأرباح المحصلة من العميل | أقل من 3 فروع | 21 | 3.9167 | 0.66301 | 0.427 | 0.672 |
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.8269 | 0.75753 | | |
| السادس | المعوقات | أقل من 3 فروع | 21 | 3.7540 | 0.61603 | 1.616 | 0.113 |
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.3462 | 1.01426 | | |
| السابع | المنافسة | أقل من 3 فروع | 21 | 3.9286 | 0.50982 | 1.258 | 0.215 |
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.7462 | 0.48149 | | |
| الثامن | دور سلطة النقد | أقل من 3 فروع | 21 | 3.8730 | 0.62784 | 1.492 | 0.143 |

| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.5513 | 0.81072 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.8538 | 0.62112 | | |
| | جميع المجالات | اقل من 3 فروع | 21 | 3.9337 | 0.49640 | 1.218 | 0.230 |
| | | أكثر من 3 فروع | 26 | 3.7537 | 0.50943 | | |

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (45) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 2.0

**8.3: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$ في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية تعزى لنوع المصرف)**

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار t لقياس الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة حول (حول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية) تعزى لمتغير نوع المصرف، والنتائج مبينة في جدول رقم (37)،وقد تبين أن قيمة t المحسوبة لكل مجال أقل من قيمة t الجدولية (والتي تساوي 2.0)، وقيمة مستوى الدلالة لكل مجال أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$في آراء أفراد عينة الدراسة في أسعار الخدمات المصرفية تعزى لنوع المصرف لكل مجال من مجالات الدراسة، وكذلك يتبين أن قيمة t المحسوبة لجميع المجالات مجتمعة تساوي 1.070 وهي أقل من قيمة t الجدولية والتي تساوي "2.0" وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة لجميع المجالات مجتمعة 0.291 وهي أكبر من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $a \leq 0.05$في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية تعزى لنوع المصرف

**جدول رقم (37)**

**اختبار t لقياس الفروق في استجابات افرد العينة حول (أسعار الخدمات المصرفية) طبقا لمتغير نوع المصرف**

| المجال | اسم المجال | الشهادة المهنية | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة t | مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الأول | السيولة | تجاري | 43 | 3.9226 | 0.63555 | 0.422 | 0.675 |
| | | متخصص | 4 | 3.8000 | 0.32596 | | |
| الثاني | محاسبة التكاليف | تجاري | 43 | 3.7905 | 0.84502 | -0.641 | 0.525 |
| | | متخصص | 4 | 4.0400 | 0.53666 | | |
| الثالث | المخاطر | تجاري | 43 | 3.9619 | 0.58641 | -0.286 | 0.776 |
| | | متخصص | 4 | 4.0400 | 0.47749 | | |
| الرابع | عدد الوحدات المباعة | تجاري | 43 | 3.5476 | 0.83964 | -0.399 | 0.692 |
| | | متخصص | 4 | 3.7000 | 0.32596 | | |
| الخامس | الأرباح المحصلة من العميل | تجاري | 43 | 3.8988 | 0.72847 | 0.887 | 0.380 |
| | | متخصص | 4 | 3.6000 | 0.51841 | | |
| السادس | المعوقات | تجاري | 43 | 3.5278 | 0.89178 | -0.013 | 0.989 |
| | | متخصص | 4 | 3.5333 | 0.81138 | | |
| السابع | المنافسة | تجاري | 43 | 3.8111 | 0.50674 | -0.657 | 0.515 |
| | | متخصص | 4 | 3.9667 | 0.43141 | | |
| الثامن | دور سلطة النقد | تجاري | 43 | 3.6587 | 0.75255 | -0.968 | 0.338 |
| | | متخصص | 4 | 4.0000 | 0.66667 | | |
| التاسع | الأهداف الإستراتيجية للمصرف | تجاري | 43 | 3.9190 | 0.62166 | 0.692 | 0.492 |
| | | متخصص | 4 | 3.7200 | 0.43818 | | |
| | **جميع المجالات** | تجاري | 43 | 3.8410 | 0.52849 | 0.268 | 0.790 |
| | | متخصص | 4 | 3.7762 | 0.28397 | | |

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (45) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 2.0

**جدول رقم (38) يوضح نتائج اختبار الفرضيات**

| مسلسل | الفرضية | النتيجة |
|---|---|---|
| 1 | تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بالسيولة لدى المصارف العاملة في قطاع غزة . | مقبولة |
| 2 | تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بتكاليف الخدمات لدى المصارف العاملة في قطاع غزة | مقبولة |
| 3 | تؤثر مخاطر العمل المصرفي بقرارات تسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة. | مقبولة |
| 4 | تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بعدد الخدمات المباعة لدى المصارف العاملة في قطاع غزة. | مقبولة |
| 5 | تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بحجم الأرباح المحصلة من العميل لدى المصارف العاملة في قطاع غزة. | مقبولة |
| 6 | توجد عدة معوقات(توفر الكفاءات العلمية، سرية العمل المصرفي،تدخل الإدارة العليا) تحول دون تسعير الخدمة المصرفية على أسس سليمة. | مقبولة |
| 7 | تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بالمنافسة بين المصارف العاملة في قطاع غزة . | مقبولة |
| 8 | تتأثر قرارات تسعير الخدمات المصرفية بشكل محدود بقرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات . | مقبولة |
| 9 | توجد فروق ذات دلالة إحصائية ى في آراء أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية تعزى لخصائص المصارف العاملة في قطاع غزة. | مرفوض |

## النتائج والتوصيات

### أولا: النتائج

**1. المخاطر**

أ. احتلت مخاطر العمل المصرفي المرتبة الأولى حسب آراء أفراد العينة من حيث الأهمية في قرارات تسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.

ب. اتفق 82.98% من أفراد العينة على أنه توجد لدى المصارف العاملة في قطاع غزة وحدات متخصصة لإدارة المخاطر.

ت. إن المصارف العاملة في قطاع غزة تأخذ بالحسبان تكلفة المخاطر عند تسعير الخدمات المصرفية ومن أهم المخاطر التي تتعرض لها هي نقص الفرص الاستثمارية وتركز تقديم الخدمات في الخدمات الائتمانية وزيادة عدد المصارف العاملة في قطاع غزة.

**2. السيولة**

أ. احتلت السيولة المرتبة الثانية حسب آراء أفراد العينة من حيث الأهمية في قرارات تسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.

ب. اتفق أفراد العينة بنسبة 86% على انه توجد لدى المصارف وحدات متخصصة لإدارة السيولة وبنسبة 85% على وجود وحدات لإدارة الأموال المتاحة للاستثمار وتمثلت هذه الوحدات بدوائر أو أقسام تحمل نفس المسميات أو مسميات أخرى مثل دائرة الخزينة أو إدارة العمليات.

ج. اتفق أفراد العينة بنسبة 77.45% على أن نقص السيولة لدى المصرف يؤدي لتخفيض أسعار الخدمات غير الائتمانية من أجل استقطاب الودائع بأنواعها وبالتالي توفير السيولة لدى المصرف.

**3. الأرباح المحصلة من العميل**

أ. احتلت الأرباح المحصلة من العميل المرتبة الثالثة حسب آراء أفراد العينة من حيث الأهمية في قرارات تسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.

ب. اتفق أفراد العينة بنسبة 72.77% على أن المصارف العاملة في قطاع غزة تلجأ لوضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة.

ج. إن المصارف العاملة في قطاع غزة تقوم بتحليل علاقتها مع العملاء عند طلـبهم لخـدمات مميزة أو خدمات بأسعار مخفضة.

**4. المنافسة**

أ. احتلت المنافسة المرتبة الرابعة حسب آراء أفراد العينة من حيث الأهمية في قرارات تـسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.

ب. أثبتت الدراسة أن المنافسة تؤثر في قرارات تسعير الخدمات المصرفية إلى الحد الذي يمكن فيه بيع الخدمة بسعر أقل من التكلفة وقد اتفق أفراد العينة في ذلك بنسبة66.38% مما يعني ضعف تأثير المنافسة كلما اقترب السعر من التكلفة.

ج. أن المنافسة تؤثر في طريقة تقديم المصارف العاملة في قطاع غزة للخـدمات فقـد أثبتـت الدراسة أن المصارف تتجه لاعتماد سياسة التكامل الراسي في تقديم الخدمات كأحد أساليب تخفيض التكاليف.

**5. التكلفة**

أ. احتلت التكلفة المرتبة الخامسة حسب آراء أفراد العينة من حيث الأهمية في قرارات تـسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.

ب. اتفق أفراد العينة بنسبة 75.32% أنة توجد لدى المصارف وحدات متخصـصة لاحتـساب التكلفة وان لديها أسس ومعايير لتحميل التكاليف على الوحدات المختلفـة فـي المـصرف بنسبة77.87%.

ج. كما اتفق أفراد العينة بنسبة 76.6% على أن المصارف تستخدم بيانات التكاليف عند تـسعير الخدمات المصرفية، وأنها تستخدم التكلفة الإضافية الناشئة عن تقديم الخدمة كحد أدنى لسعر الخدمة بنسبة 75.74%.

**6. قرارات سلطة النقد.**

أ.احتلت قرارات سلطة النقد المرتبة السادسة حسب آراء أفراد العينة من حيـث الأهميـة فـي قرارات تسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.

ب. أثبتت الدراسة ضعف تأثير سلطة النقد في قرارات تسعير الخدمات المصرفية، وتبين ذلك من فقرات الاستبانة الدالة على ذلك، ومن خلال تعميمات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات المصرفية.

**7. عدد الخدمات المباعة**

أ. احتلت عدد الخدمات المباعة المرتبة السابعة حسب آراء أفراد العينة من حيث الأهمية في قرارات تسعير الخدمات المصرفية لدى المصارف العاملة في قطاع غزة.
ب. أن المصارف العاملة في قطاع غزة تقوم بدارسة مرونة الطلب للخدمة قبل تسعير الخدمة المصرفية وذلك من خلال الوحدات المتخصصة لاحتساب التكلفة ووحدات دراسة السوق.
ج. ولم تثبت الدراسة وجود أثر لزيادة الأرباح أو زيادة عدد الخدمات المباعة على أسعار الخدمات المصرفية.

**8. المعوقات**

أ. جاءت المعوقات التي تواجه المصارف لتسعير الخدمات المصرفية على أسس علمية سليمة في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية حسب آراء أفراد العينة.
ب. أن المصارف العاملة في قطاع غزة لديها الخبرات اللازمة لإنشاء الوحدات المتخصصة لتسعير الخدمات المصرفية.
ج. كما ثبت أن أهم المعوقات التي تواجه المصارف العاملة في قطاع غزة لتسعير خدمتها على أسس علمية سليمة كانت تدخلات الإدارة العليا وسرية العمل المصرفي الذي يمنع الاستعانة بالخبرات الخارجية.

9. توصلت الدراسة إلى أن المصارف العاملة في قطاع غزة تهدف بالدرجة الأولى لتحقيق الأرباح وتليها زيادة الحصة السوقية وزيادة معدلات النمو ثم تحقيق معدلات العائد على حقوق الملكية ويأتي في المرتبة الأخيرة البقاء في السوق.
10. كما لم تثبت الدراسة وجود أثر لبعض خصائص المصارف على عملية اتخاذ القرار بخصوص تسعير الخدمات المصرفية.

## التوصيات

1. توصي الدراسة المصارف على توزيع محفظتها الاستثمارية من الأسهم والسندات وإدارتها بشكل جيد لزيادة أرباحها من المصادر غير التقليدية خاصة في ظل الظروف الراهنة التي تتميز بانخفاض الطلب على الائتمان وزيادة السيولة لدى المصارف.
2. ضرورة سعي المصارف وخاصة الصغيرة منها وبإشراف سلطة النقد للاندماج مع بعضها البعض لرفع قدرتها التنافسية في جميع المجالات بصفة عامة وفي مجال المنافسة في الأسعار.
3. ضرورة الاهتمام بدراسة التسهيلات المطلوبة دراسة وافية للتقليل من المخاطر وبالتالي تخفيض تكلفة المخاطر مما سينعكس إيجابا على الأسعار.
4. التركيز على جذب ودائع التوفير بالتوازي مع الودائع لأجل وذلك لتخفيض تكلفة الأموال خاصة في ظل انخفاض الطلب على الائتمان في الظروف الراهنة الأمر الذي سينعكس إيجابا على الأسعار.
5. ضرورة قيام المصارف بإنشاء وحدات متخصصة لاحتساب تكلفة الخدمة حيث أظهرت الدراسة أن 25% من المصارف العاملة في قطاع غزة لا توجد لديها وحدات لاحتساب تكلفة الخدمة.
6. ضرورة قيام المصارف بإنشاء وحدات متخصصة لإدارة المخاطر حيث أظهرت الدراسة أن 20% من المصارف العاملة في قطاع غزة لا توجد لديها وحدات متخصصة لإدارة المخاطر.
7. يتوجب على المصارف تحليل كامل علاقتها مع العميل حتى لا يتعرض المصرف لخسائر جراء تقديمه الخدمات بأسعار مخفضة للعملاء المميزين حيث أظهرت الدراسة أن 24% من المصارف العاملة في قطاع غزة لا تقوم بتحليل ربحية العميل عند طلبة لخدمة مميزة أو طلبة تخفيض أسعار خدمات معينة.
8. يتوجب على المصارف إنشاء وحدات متخصصة للتسعير حيث أظهرت الدراسة ان27% من عينة الدراسة لا يوجد لديها وحدات لتسعير الخدمات وإجراء أبحاث السوق.
9. ضرورة أن تضم لجان التسعير أعضاء من الإدارة العليا للربط بين تسعير الخدمات على أسس علمية والأهداف الإستراتيجية للمصرف.

10. ضرورة اهتمام إدارة المصرف بقرار تسعير الخدمة المصرفية واهتمام السلطات الرقابية بعملية التسعير لما لها من تأثر على ربحية المصرف وقدرته على البقاء وبالتـــالي نجـــاح القطاع المصرفي ككل.
11. أن توفر سلطة النقد للمصارف الخبرات اللازمة لتطوير العمل المصرفي وذلك لتجـــاوز معضلة السرية في العمل المصرفي حيث إن سلطة النقد تعتبر أحد المطلعين على الأمور الداخلية للمصرف.
12. أن تفرض سلطة النقد قوانين تلزم بها المصارف تطبيـــق محاســـبة التكـــاليف وبالتـــالي احتساب تكلفة الخدمة كي تتمكن سلطة النقد من تحديد مستويات الأسعار دون الإضـــرار بمصالح المصارف.
13. يوصي الباحث الكليات والجامعات الفلسطينية الاهتمام أكثر بمقـــررات متخصـــصة فـــي مجال التسعير فبينما توجد مقررات متخصصة في التسويق والمبيعـــات والتـــرويج فـــان التسعير لا يحظى بنفس الاهتمام.

**الدراسات المستقبلية**

يقترح الباحث إجراء هذه الدراسة:

1. تطبيق هذه الدراسة على المصارف الإسلامية:
2. تطبيق هذه الدراسة على المصارف العاملة في الضفة الغربية لوجود عدد أكبـــر مـــن المصارف فيها.
3. تطبق هذه الدراسة للبحث في عوامل أخرى تـــؤثر فـــي قـــرارات تـــسعير الخـــدمات المصرفية.

# المراجع

## أولا: المراجع العربية


1. الباسط، هشام، الاتجاهات الحديثة في التسويق المصرفي، اتحاد المصارف العربية، بيروت،1988.
2. البكري، ثامر ياسر، تسويق الخدمات الصحية،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،عمان، 2005.
3. جبر، هشام، التسويق المصرفي، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2007.
4. جعفر، عبدالإله نعمة، محاسبة التكاليف في البنوك التجارية، دار الشروق للنشر والتوزيع،عمان، 2002
5. حفني، عبدالغفار، السياسات المصرفية: تحليل القوائم المالية، الجوانب التنظيمية، البنوك الإسلامية و التجارية في مصر و لبنان، مصر، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002 .
6. حماد، طارق عبدالعال، إدارة المخاطر(أفراد-إدارات-شركات-بنوك)، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2007.
7. الخضيري، محسن أحمد، التسويق المصرفي: مدخل متكامل لامتلاك منظومة المزايا التنافسية في عالم ما بعد الجات، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
8. رجب، معين محمد، مبادئ الاقتصاد الجزئي، الطبعة الأولى، جمعية الاقتصاديين الفلسطينيين بقطاع غزة،1996م.
9. الشماع، خليل، قرارات تسعير الخدمات المصرفية، الطبعة الثانية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 1999.
10. عبيدات، محمد، أساسيات التسعير في التسويق المعاصر: مدخل سلوكي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان،2004.
11. العجارمة، تيسير،التسويق المصرفي، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع،2005.
12. مصطفى، محمد محمود، التسويق الاستراتيجي للخدمات، الطبعة الأولى، عمان، دار المناهج،2003.
13. معلا، ناجي، أصول التسويق المصرفي، معهد الدراسات المصرفية، عمان،1994.
14. يوسف، ردينة عثمان – الصميدعي،محمود جاسم محمد، التسويق المصرفي:مدخل استراتيجي كمي تحليلي،عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع،2001.

## ثانياُ: الرسائل العلمية


1. ابوزعيتر، باسل جبر حسن، العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية،2006.
2. ابوسمرة، رانية خليل حسان، تطوير سياسة الودائع المصرفية في ظل نظرية إدارة الخصوم، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، 2007.
3. ابوكمال، ميرفت على، الإدارة الحديثة لمخاطر الائتمان في المصارف وفقاً للمعايير الدولية "بازل II دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في قطاع غزة،رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية،2007.
4. أبوموسى، رسمية احمد أمين، أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية "دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي الأردني، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، 2000م.
5. أحمد، عماد الدين أحمد السندي، أثر طرق تسعير الخدمات المصرفية على الإيرادات في المصارف السودانية خلال الفترة 2000-2005م، رسالة ماجستير، أكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية،2007.
6. الأغا، أديب سالم مسعود، مدى التزام البنوك العاملة في قطاع غزة بأداء مسئوليتها الاجتماعية، رسالة ماجستير،الجامعة الإسلامية، 2006.
7. البيحاني، صالح بن أحمد، العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسعير دراسة تطبيقية على الشركات السعودية بمحافظة جدة، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبدالعزيز،1999.
8. بارود، طلعت ممدوح، مدى توافر مقومات تطبيق نظام التكاليف المبنية على الأنشطة في المصارف الوطنية العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، 2007.
9. بخيت، محمد نظمي عبدالنبي، مشاكل قياس تكلفة الائتمان المصرفي في البنوك التجارية"دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس،1988.
10. بربور، مشهور هذلول، تحليل مصادر إيرادات البنوك التجارية الأردنية "دراسة قياسية للأعوام 1980-200م)، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، 2002.
11. خطيب، منال، تكلفة الائتمان المصرفي وقياس مخاطرة بالتطبيق على أحد المصارف التجارية السورية،رسالة ماجستير، جامعة حلب، 2004.
12. الطراونة، سعيد، سياسة تسعير الفوائد المقبوضة من القروض في البنوك التجارية العاملة في الأردن"دراسة قياسية"، جامعة مؤتة، عمان،2002.

13. زعرور،جريس ظاهر خليل، أثر جودة وأسعار الخدمات المقدمة من المصارف على رضا عملائها من القطاع الصناعي في الأردن،رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، 2003.
14. العمري، محمد البكري، دور محاسبة التكاليف في تسعير الخدمات في البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك،2003.

## مجلات ونشرات ودوريات

1. ابوالرب، محمد، تكلفة الخدمة البنكية في فلسطين"دراسة تحليلية"،ورشة عمل بمركز تطوير القطاع الخاص، نابلس،2001.
2. التقارير السنوية لبنك فلسطين م.ع.م للسنوات من 2000 - 2006.
3. التقارير السنوية لبنك الاستثمار الفلسطيني للسنوات 2004-2006.
4. التقارير السنوية لبنك القدس للتنمية والاستثمار للسنوات 2004-2006.
5. التقارير السنوية لبنك الأردن للسنوات 2004-2006.
6. التقارير السنوية لبنك القاهرة عمان للسنوات 2004-2006.
7. التقرير السنوي لبنك المصري المركزي 2005-2006.
8. التقرير السنوي للبنك المركزي الأردني 2005-2006.
9. الحاج حسن، أحمد راغب، أنظمة ضمان الودائع، مجلة البنوك العدد 2007،29.
10. دليل الشركات من موقع سوق المال الفلسطيني، http://www.p-s-e.com/
11. الضمور، هاني حامد، الأهمية النسبية للعوامل المؤثرة في السعر النهائي للمنتجات الصناعية المصدرة"دراسة تطبيقية على الصناعات الكيميائية في الأردن" ، مجلة دراسات العلوم الإدارية،المجلد 28 العدد 2، 2001.
12. الضمور، هاني حامد، العوامل المؤثرة في تسعير المنتجات الصناعية المصدرة: الكيماويات في الأردن، مجلة العلوم الإدارية مجلد 15 عدد1، 2003.
13. عبدالهادي، سعيد، الرقابة المطلوبة، جريدة المؤتمر، بغداد، العدد 1109، 5/25 /2006.
14. عماري، جمعة، التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية، ورقة عمل في ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية، الجزائر، 2004.
15. مجلة البنوك في فلسطين الأعداد 30، 31 سنة 2007

المراجع الأجنبية:


1. George J. Avlonitis, Kostis A. Indounas, Service pricing: An empirical investigation, Journal of Retailing and Consumer Services, vol14,2007
2. Harjoto, Maretno, Mullineaux, Donald J.,Yi, Ha-Chin, A comparison of syndicated loan pricing at investment and commercial banks, Financial Management, 2006
3. James B. Bexley, Joe James, Risk Management in pricing a financial product, Jornal of Banking and finance ,vol 19,1999

4. Leatita, Lepetit , Emmanuelle,nys , Philippe rous & Amine,tarazi, The provision of service – interest margin and loan pricing in European banking, www.fma.org/Barcelona.

5.S. scott macdonald & Timothy w. koch, management of banking, sixth edition, Thomson,2006.


مواقع الانترنت


1. النجار،فايق جبر، إدارة المخاطر المصرفية وإجراءات الرقابة فيها، http://www.bab.com/articles/full_article.cfm?id=8589
2. تطور الجهاز المصرفي الفلسطيني.www.pma.ps.
3. موقع بنك الأردن، http://www.bankofjordan.com.jo/.
4. موقع بنك القاهرة عمان، http://www.cab.jo/.
5. موقع بنك الاستثمار الفلسطيني، www.pinvbank.com.
6. موقع بنك الاسكان <www.hbtf.com>
7. موقع سوق المال الفلسطيني، http://www.p-s-e.com/.
8. موقع جريدة المؤتمر **http://www.inciraq.com/Al-Mutamar/2006/1101_1200/1109/060525_1109_4.htm**
9. **مركز المعلومات الوطني الفلسطيني**، www.pnic.gov.ps.
10. http://ar.wikipedia.org.

المقابلات

1. مقابلة مع رأفت الأعرج، سلطة النقد الفلسطينية، غزة، 2007/12/18.
2. مقابلة مع سلمان قميلة، مساعد المدير العام للشئون المالية بنك فلسطين م ع م، غزة،2007/12/21.
3. مقابلة مع عادل بكر الغلاييني، رئيس دائرة التسهيلات – بنك فلسطين م ع م، 2007/12/21.
4. مقابلة مع سعيد محمد أبوسمرة، مساعد المدير لبنك القدس للتنمية والاستثمار، غزة،2007/11/17.

# الملاحق

- ملحق رقم (1) الاستبانة.
- ملحق رقم (2) بعض تعميمات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات المصرفية.

بسم الله الرحمن الرحيم



**الجامعة الإسلامية – غزة**

**عمادة الدراسات العليا**

**كلية التجارة**

**قسم المحاسبة و التمويل**

**استبانه حول العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية في قطاع غزة**

السادة المدراء العامين ومساعديهم ومدراء الفروع ومساعديهم.....................المحترمين

تحية طيبة

أتوجه إليكم بالتقدير والاحترام راجياً تعاونكم لإنجاح هذه الدراسة الميدانية التي تهم القطاع المصرفي الفلسطيني.

وتحقيقاً لأغراض استكمال أطروحة الماجستير يقوم الباحث باستطلاع آراء الإدارات العليا والوسطى للمصارف العاملة في الأراضي الفلسطينية حول واقع سياسات تسعير الخدمات المصرفية و العوامل المؤثرة فيها.

لذا نرجو تعاونكم في مدنا بالمعلومات اللازمة علماً بأن جميع المعلومات التي سوف تردنا سوف تعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لإغراض البحث العلمي فقط.

مع فائق التقدير والاحترام

الباحث /ساطع سعدي شملخ
E-mail / sati152000@yahoo.com

*أولا: السمات الشخصية لإدارة المصرف*

**1.المسمى الوظيفي: ........................................**

**2.المؤهل العلمي**

| أقل من بكالوريوس ( ) | بكالوريوس ( ) | دراسات عليا ( ) |
|---|---|---|

**3.التخصص**

| محاسبة ( ) | إدارة ( ) | علوم مصرفية ( ) | أخرى (اذكرها)................. |
|---|---|---|---|

**4. شهادات مهنية أخرى .........................................**

**5.سنوات الخبرة**

| اقل من 5 سنوات ( ) | 5-15 سنوات ( ) | 15 فأكثر |
|---|---|---|

**6. العمر**

| أقل من 30 سنة ( ) | من30-45 ( ) | من 45 فأكثر |
|---|---|---|

**7.الجنس**

| ذكر ( ) | أنثى ( ) |
|---|---|

**8. طبيعة عمل المصرف** رأس المال المدفوع

| تجاري ( ) | استثمار ( ) | متخصص ( ) |
|---|---|---|

**السيولة**

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **9** | **توجد لدى المصرف جهة مختصة لإدارة السيولة أحد أهدافها تخفيض تكلفة الأموال لدى المصرف** | | | | | |
| **10** | **توجد جهة مختصة لدى المصرف لإدارة الأموال المتاحة للاستثمار.** | | | | | |
| 11 | بسبب فائض السيولة يقوم المصرف بتخفيض أسعار خدماته الائتمانية للتخلص من السيولة الزائدة | | | | | |
| **12** | **يقوم المصرف بتخفيض أسعار خدماته غير الائتمانية لاستقطاب ودائع جديدة وبالتالي الحصول على سيولة إضافية .** | | | | | |

**محاسبة التكاليف**

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **13** | **ترى إدارة المصرف أن مخرجات نظام التكاليف تشكل عاملاً أساسيا في تحديد سعر الخدمة.** | | | | | |

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 14 | **يوجد لدى المصرف وحدات متخصصة لاحتساب تكلفة الخدمة.** | | | | | |
| 15 | **توجد لدى المصرف أسس ومعايير لتوزيـــع التكـــاليف والإيرادات على مراكز التكلفة.** | | | | | |
| 16 | **تستخدم بيانات التكاليف عند إضافة أو حذف خدمة** | | | | | |
| 17 | **تعتبر التكلفة الإضافية الناشئة عن تقديم خدمة جديـــدة هي الحد الأدنى لتكلفه الخدمة** | | | | | |

**المخاطر**

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 18 | **توجد جهة مختصة لإدارة المخاطر لدى المصرف احد أهدافها احتساب تكلفة المخاطر.** | | | | | |
| 19 | **يعتبر عدد المصارف في قطاع غزة سبباً في ارتفاع مخاطر تقديم الخدمة المصرفية الأمر الذي يؤدي إلى زيادة المخاطر.** | | | | | |
| 20 | **يعتبر نقص الفرص الاستثمارية لتشغيل الأموال سبباً في زيادة المخاطر مما يؤدي لزيادة أسعار الخدمات.** | | | | | |
| 21 | **يعتبر التركز في تقديم الخدمات المصرفية و خاصة الائتمانية منها أحد أهم المخاطر التي تتعرض لها المصارف.** | | | | | |
| 22 | **يقوم المصرف بتعويم سعر الفائدة على التسهيلات الائتمانية لتلافي مخاطر أسعار الفائدة.** | | | | | |

**عدد الوحدات المباعة**

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 23 | يقوم المصرف بدراســة أثــر التغيــر فــي ســعر الخدمــة على الطلب لنفس الخدمة. | | | | | |
| 24 | **يقوم المصرف بدراسة مدى إقبال العملاء على الخدمات المقدمة عند تعديل و تحديد أسعار الخدمات.** | | | | | |
| 25 | **يقوم المصرف بحساب كمية التعادل للخدمـــة المقدمـــة عند تحديد أو تعديل سعر خدمة.** | | | | | |
| 26 | **يقوم المصرف بحساب سعر التعادل للخدمة عند تحليل أو تعديل سعرها.** | | | | | |
| 27 | **يقوم المصرف بتخفيض أسعار الفوائد المقبوضة بمقدار الزيادة في أرباح الخدمات غير الائتمانية.** | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 28 | **يقوم المصرف بتخفيض سعر الخدمة المصرفية كلما زاد الطلب عليها.** | | | | | |

**الأرباح المحصلة من العميل**

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 29 | يعمد المصرف في بعض الحالات لوضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة. | | | | | |
| 30 | عند وضع عدة مستويات من الاسعار لنفس الخدمة فان المصرف يكون قد قام بتحليل كامل لعلاقتة مع العميل. | | | | | |
| 31 | **يقوم المصرف بدراسة التكلفة التي يتحملها نتيجة علاقته مع العميل.** | | | | | |
| 32 | **يقوم المصرف بدراسة ارتباط الخدمات المقدمة بخدمات أخرى يطلبها العميل ومدى ربحيتها عند تحديد أسعارها** | | | | | |

**المعوقات**

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 33 | **يتوافر لدى المصرف الخبرات اللازمة لإنشاء وحـدات متخصصة للتسعير.** | | | | | |
| 34 | **يقوم المصرف بالاستعانة بالخبرات الخارجيـة بغـض النظر عن سرية العمل المصرفي** | | | | | |
| 35 | **توجد لدى المصرف وحدات متخصصة لتسعير الخدمات بنفس المسمى أو بمسميات أخرى.** | | | | | |
| 36 | **توجد لدى المصرف وحدات متخصصة لإجراء أبحـاث السوق.** | | | | | |
| 37 | **تتدخل الإدارة العليا في مراحل قليلة ومحددة من مراحل تسعير الخدمة.** | | | | | |
| 38 | **يتم تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الإدارة العليـا بعد دراسته من قبل الجهات المختصة** | | | | | |

**المنافسة بين البنوك**

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **39** | **تتم دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد سعر الخدمة المصرفية .** | | | | | |
| **40** | **توجد منافسة شديدة بين جميع المصارف العاملة في فلسطين .** | | | | | |
| **41** | **يعتمد المصرف سياسة التكامل الراسي في تقديم خدماته في سبيل تقديم أسعار خدمات منافسة.** | | | | | |
| **42** | **يعتمد المصرف سياسة التكامل الأفقي في تقديم خدماته في سبيل تقديم أسعار خدمات منافسه** | | | | | |
| **43** | **يعتبر وجود أعداد كبيرة من المصارف حافزاً لتشكيل وحدات متخصصة للتسعير** | | | | | |
| **44** | **إن وجود المنافسة بين المصارف في تقديم الخدمات المتنوعة تؤدي بالمصارف لتقديم خدمه معينة بغض النظر عن تكلفتها** | | | | | |

**دور سلطة النقد**

| الرقم | العامل المؤثر | موافق بشدة | موافق | لا ادري | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **45** | **تتدخل سلطة النقد بشكل محدود في أسعار الخدمات المصرفية** | | | | | |
| **46** | **توافق سلطة النقد على أسعار الخدمات الجديدة بعد إجراء تعديلات على السعر.** | | | | | |
| **47** | **توافق سلطة النقد على تعديل سعر خدمة ما كانت قد حددت سعرها سابقاً.** | | | | | |

**الأهداف الإستراتيجية للمصرف**

**48.رتب الأهداف الإستراتيجية لديكم حسب الأهمية من الأكثر إلى الأقل أهمية باستخدام الأرقام من5 إلى 1:**

| الهدف | الأهمية |
|---|---|
| **تحقيق الأرباح** | |
| **تحقيق معدل العائد المطلوب على حقوق الملكية** | |
| **تحقيق معدل نمو** | |
| **البقاء في السوق** | |
| **زيادة الحصة السوقية** | |

السيد/ رئيس دائرة مراقبة المصارف......المحترم 2008/1/7

تحية طيبة

أنا الموقع أدناه طالب ماجستير بالجامعة الإسلامية وفي مرحلة إعداد البحث بعنوان (العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات في المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة) ولأغراض البحث يرجى تزويدنا بالتالي:-

- تعليمات سلطة النقد بخصوص عمولات ورسوم وفوائد الخدمات المصرفية بمختلف أنواعها للسنوات من 2003- حتى 2007.
- تقرير سلطة النقد للسنوات 2005 و 2006.

ونؤكد بأن هذه البيانات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وسيتم توثيقها في البحث حسب الأصول.

ولكم جزيل الشكر

مقدم الطلب / ساطع سعدي شعلخ

e-mail – sati152000@yahoo.com

تعميم رقم ( 2007/119 )
إلى كافة المصارف العاملة في فلسطين
التاريخ: الاثنين، 27 آب، 2007

الموضوع: العمولات والرسوم

إلحاقاً بتعميم سلطة النقد رقم (2004/33) بتاريخ 2004/3/18 بخصوص العمولات والرسوم المسموح استيفاؤها على الخدمات المصرفية في فلسطين، واستناداً إلى المادة رقم (38) من قانون المصارف رقم (2) لسنة 2002، فقد تقرر تعديل تعليمات العمولات والرسوم بحيث تصبح على النحو التالي:

أولاً: العمولات والرسوم المسموح استيفاؤها:

تكون العمولات والرسوم المسموح استيفاؤها على الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف العاملة في فلسطين كما هو مبين في جدول العمولات والرسوم المرفق بهذا التعميم، وبما لا يتجاوز الحد الأعلى المحدد لبعض الخدمات ووفق الايضاحات التفسيرية الواردة فيه.

ثانياً: العقوبات والغرامات:

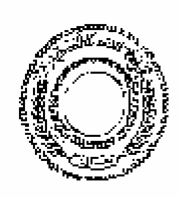
في حال عدم الالتزام بما جاء في جدول العمولات والرسوم المرفق تفرض سلطة النقد العقوبات والغرامات التالية:

1. يتم تنبيه المصرف مرة أولى في حال مخالفته لأي من التعليمات الواردة بالخصوص.
2. في حال قيام المصرف بمخالفة هذه التعليمات مرة أخرى، سيتم فرض غرامة مالية بقيمة 1,000 دولار عن كل عمولة يتم استيفاؤها خلافاً لما ورد في هذا التعميم.
3. في جميع الأحوال يترتب على المصارف إعادة المبالغ التي يتم استيفاؤها خلافاً لهذا التعميم وبأثر رجعي من تاريخ سريان هذا التعميم.
4. يزود كل مصرف سلطة النقد بشكل ربع سنوي بكافة انواع العمولات والرسوم المستوفاة وفقاً لمتطلبات تعميم رقم (2004/114) تاريخ 2004/8/7، وفي حال تبين عدم دقة البيانات المرسلة سيتم فرض غرامة مالية وفقاً لأحكام المادة رقم (52) من قانون المصارف رقم (2) لسنة 2002.

Ramallah - Al Bireh P.O.Box 452 - Tel.: 02-2409920 - Fax: 02-2409922
Gaza - P.O. Box 4026 - Tel.: 08-2825713 - Fax: 08-2844487
E-mail: info@pma.ps
www.pma.ps



Palestine Monetary Authority



سلطة النقد الفلسطينية

ثالثاً: تلتزم المصارف بالإفصاح للجمهور عن العمولات والرسوم وفق هذا التعميم، وذلك من خلال وضع الجدول في أماكن بارزة للعملاء في كافة الفروع العاملة في فلسطين.

رابعاً: في حال استحداث خدمات جديدة ورغبة المصرف/ المصارف باستيفاء عمولات مقابل تلك العمولات وخلاف العمولات المدرجة في هذا التعميم، يجب الحصول على موافقة سلطة النقد المسبقة على ذلك.

خامساً: يسري العمل بهذا التعميم اعتباراً من تاريخ 01/09/2007 ويلغى كل ما يتعارض مع أحكامه

دائرة رقابة المصارف
سلطة النقد الفلسطينية

* مرفق طيه جدول العمولات والرسوم المسموح استيفاؤها.

Ramallah - Al Bireh P.O. Box 452 - Tel.: 02-2409920 - Fax: 02-2409922
Gaza - P.O. Box 4026 - Tel.: 08-2825713 - Fax: 08-2844487
E-mail: [illegible] www.pma.ps

جدول العمولات والرسوم وفق التعميم رقم (2007/19) تاريخ (2007/3/27)

| نوع العمولة | الحد الأعلى للعمولة | إيضاحات |
| --- | --- | --- |
| أ- (1) الحوالات | | |
| 1. الحوالة الواردة لغير العملاء | 50 دولار | لغاية 3,000 دولار الحد الأدنى 7 دولار |
| 2. حوالة صادرة إلى فروع المصرف خارج فلسطين | 50 دولار | لغاية 3,000 دولار الحد الأدنى 7 دولار |
| 3. حوالة صادرة إلى فروع المصارف الأخرى داخل فلسطين | 50 دولار | لغاية 3,000 دولار الحد الأدنى 7 دولار |
| 4. حوالة صادرة إلى فروع المصارف الأخرى خارج فلسطين | 50 دولار | لغاية 3,000 الحد الأدنى 10 دولار. تمثل عمولة المصرف مصدر الحوالة فقط ويضاف إليها أي تكاليف إضافية من عمولات ورسوم تخص المصارف المراسلة أو منظمة الحوالات. |
| 5. إعادة تحويل الحوالة الواردة بين المصارف. | *** | تعامل نفس تسعيرة الحوالات الصادرة وحسب نوعها |
| 6. الاستعلام عن حوالة صادرة إلى مصارف أخرى خارج فلسطين | 10 دولار | يضاف إليها عمولة البنك المراسل |
| 7. تثبيت حوالة صادرة | *** | |
| ب- الشيكات | | |
| 1. إصدار دفتر شيكات عادي (دفتر 20 ورقة) | 5 دولار | في حال كان الدفتر أكثر من 20 ورقة تكون الحد الأعلى 0.25 دولار للورقة. |
| 2. إصدار دفتر شيك تجاري | *** | |
| 3. تحصيل الشيكات [illegible] | 0.25 دولار | فقط على الشيكات المؤجلة المودعة للتحصيل |
| 4. شيك معاد | 10 دولار | تستوفى من الساحب (محرر الشيك) في حالة إعادة الشيك بسبب عدم كفاية الرصيد أو اختلاف التواقيع أو اختلاف التاريخ أو عدم توقيع الساحب على التصحيح أما يتعذر استيفاؤها من المستفيد. |
| 5. إيقاف شيك | 5 دولار | |
| 6. تحصيل شيكات سياحية | *** | |
| 7. شراء/بيع شيكات سياحية | *** | |
| 8. إصدار شيك مصرفي | *** | |
| 9. تصديق شيك | 3 دولار | |
| 10. تحصيل الشيكات الأجنبية | *** | |
| 11. الشيكات المرتجعة الخارجية (خارج فلسطين) | | تقيد العمولات والتكاليف الأخرى المستوفاة من المصارف الأجنبية ويضاف تكاليف المصرف مع ضرورة الإفصاح عنها للعميل. |

ملاحظة: الإشارة (***) تعني أن سعر العمولة والرسم غير محدد [illegible]

جدول العمولات والرسوم وفق التعميم رقم (2007/19) تاريخ 27/ 8/ 2007)

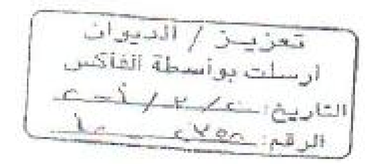
| نوع العمولة | الحد الأعلى للعمولة | إيضاحات |
|---|---|---|
| سابعاً: بطاقات الائتمان وبطاقات الصراف الآلي بأنواعها. | | |
| 1. إصدار بطاقة ائتمان بأنواعها | *** | |
| 2. تجديد بطاقة ائتمان بأنواعها | *** | |
| 3. إصدار بدل تالف أو بدل فاقد لبطاقات الائتمان أو الأرقام السرية الخاصة بها. | *** | |
| 4. إصدار بطاقة الصراف الآلي | *** | |
| 5. إصدار بدل تالف أو بدل فاقد لبطاقات الصراف الآلي أو الأرقام السرية الخاصة بها. | *** | |
| 6. عمولة السحب النقدي بواسطة بطاقة ائتمان. | *** | |
| 7. خدمات الصراف الآلي | 0.25 دولار شهرياً | - يحظر استيفاؤها في حال تم استيفاء عمولة على إصدار بطاقة للصراف الآلي. |
| 8. التعميم على بطاقة الائتمان أو رفع الإشارة عنها | 10 دولار | بدل أجور بريد |
| ثامناً: الكمبيالات | | |
| 1. خصم كمبيالة | *** | |
| 2. تحصيل كمبيالة | *** | |
| 3. إعادة كمبيالة غير مدفوعة | *** | |
| تاسعاً: إدارة الحساب | | |
| 1. إدارة حساب جامد (ماعدا التوفير) حيث يتم تجميد الحساب في حال عدم تنفيذ أي حركات دائنة أو مدينة لمدة ستة أشهر باستثناء الحركات الخاصة بالفوائد والعمولات. | 2 دولار شهري | -عند استيفائها يتم التوقف عن استيفاء أي عمولات أخرى خاصة بإدارة الحساب.<br>-يحظر استيفاؤها على حسابات التوفير. |
| 2. إدارة حساب جاري دائن أو عمولة تحويل راتب | أول 10 حركات 1.5 دولار كل 100 حركة لاحقة 5 دولار | تستوفى العمولات على الحركات غير المسعرة وتستثنى الحركات المسعرة كالشيكات الآجلة والحوالات وخدمات الصراف الآلي. |
| عاشراً: التسهيلات الائتمانية | | |
| 1. منح التسهيلات الائتمانية أو سقوف تسهيلات (قروض أو جاري مدين) أو تجديدها أو تمديدها | *** | |
| 2. تجاوز سقوف التسهيلات | *** | مع مراعاة الالتزام بعدم التجاوز لفترات سابقة، لتعليمات سلطة النقد. |

Palestine Monetary Authority

Palestine

سلطة النقـــد الفلسطينية

فلسطين




تعميم رقم ( 33 )

إلى كافة المصارف العاملـــة في فلسطيـــن

الخميس، 18 آذار، 2004

استناداً إلى قرار مجلس إدارة سلطة النقد رقم 42/9 في اجتماعه بتاريخ 2004/3/14 بخصوص العمولات والرسوم المسموح استيفاؤها على الخدمات المصرفية في فلسطين نعلمكم بما يلي:

1. تكون الرسوم والخدمات المسموح استيفاؤها على الخدمات المصرفية من قبل المصارف والمؤسسات المالية والمصرفية المرخص لها العمل في فلسطين (58) عمولة ورسم كالتالي:

| |
|---|
| أولاً: العمولات والرسوم على الحوالات الواردة |
| 1. لغير عملاء المصرف |
| 2. إعادة تحويل الحوالة الواردة بين المصارف |
| ثانياً: العمولات والرسوم على الحوالات الصادرة |
| 1. إلى فروع المصرف الخارجية |
| 2. إلى فروع المصارف الأخرى المحلية/ الخارجية |
| 3. تعديل حوالة صادرة |
| ثالثاً : العمولات والرسوم على الشيكات |
| 1. إصدار دفتر شيكات |
| 2. شيك معاد أو مرتجع وتحصل من الساحب (محرر الشيك) ولا تحصل من المستفيد (مودع الشيك) |
| 3. عمولة إيقاف شيك |
| 4. تحصيل شيكات سياحية |
| 5. شراء/ بيع شيكات سياحية |
| 6. إصدار شيك مصرفي |
| 7. تصديق شيك |
| 8. عمولة شيكات التحصيل الأجنبي المرسلة لمصارف خارجية و/أو المعادة منها |



info@pma-ram.pna.net بريد الكتروني
Ramallah T: 02-2409131 F: 02-2409922, P.O.Box 452 Gaza T: 08-2825713 F: 08-2844487

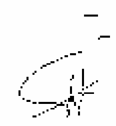
جدول العمولات والرسوم وفق التعميم رقم (2007/1/19) تاريخ (2007/8/23)

| نوع العمولة | الحد الأعلى للعمولة | إيضاحات |
|---|---|---|
| 3. زيادة السقوف الائتمانية | *** | |
| 4. كشف الحساب الجاري الدائن | *** | |
| 5. منح سقوف بطاقات ائتمان | *** | |
| **حادي عشر: خدمات متفرقة** | | |
| 1. تحصيل فواتير | 0.5 دولار | |
| 2. أوامر الدفع الثابت (الدورية) | *** | |
| 3. الصناديق الحديدية | *** | |
| 4. إيداع النقد المعدني | 1.5% | قد يضاف الى ذلك عمولة البنك المراسل. |
| 5. إيداع نقد تالف | *** | |
| 6. مصاريف هاتف وفاكس وبريد وسويفت | *** | تحمل العمولة على حساب العميل في حدود التكلفة. |
| 7. طلب كشف حساب تاريخي (غير دوري وبناءً على طلب العميل) | 0.25 دولار للصفحة | |
| 8. تصوير الشيكات والمستندات | *** | |
| 9. إصدار شهادة الرصيد والملاءة وحجم التعامل وبراءة الذمة وشهادات التعزيز لمدقق الحسابات وشهادة الفوائد لاغراض الضريبة. | 7 دولار | |
| 10. الخدمات المصرفية عبر الإنترنت | *** | |
| 11. رسوم مطابقة التواقيع لجهات داخلية وخارجية | *** | |
| 12. إصدار بطاقة التسوق عبر الإنترنت أو إعادة تعبئتها | *** | لا تزيد عن تكلفة الإصدار |
| 13. عمولة الإيداع النقدي | 0.05% أو 300 دولار أيهما أقل | - تستوفى العمولة المذكورة عن عمليات الإيداع النقدي التي تزيد عن 50 ألف دولار فقط، مع اشتراط عدم التجزئة. |
| 14. عمولة السحب النقدي | 0.05% أو 300 دولار أيهما اقل | - يحق للمصارف تقاضي عمولة السحب النقدي عن المبالغ التي تزيد عن 50 ألف دولار فقط. - يحق للمصرف عدم تنفيذ عملية السحب للمبالغ التي تتراوح ما بين 50-100 ألف دولار إلا بعد مرور يوم على إعلامه بنية سحبها من قبل العميل، ويومين اثنين للمبالغ التي تزيد عن 100 ألف دولار، مع اشتراط عدم التجزئة. |
| 15. عمولة إيداع نقد في فرع وسحبه من فرع آخر | 0.05% أو 20 دولار أيهما اقل | تستوفى في حالات الإيداع النقدي من فرع وسحب المبلغ نقداً من فرع آخر في نفس اليوم. |

جدول العمولات والرسوم وفق التعميم رقم (19/2007) تاريخ 22/5/2007

| نوع العمولة | الحد الأعلى للعمولة | إيضاحات |
|---|---|---|
| 12. سحب شيكات من التحصيل X X | *** | |
| 13. إلغاء شيك بنكي X X | *** | |
| **ثالثاً: الاعتمادات المستندية** | | |
| 1. فتح اعتماد مستندي | *** | |
| 2. تغطية اعتماد | *** | |
| 3. تبليغ اعتماد | *** | |
| 4. تحويل اعتماد | *** | |
| 5. تمديد اعتماد | *** | |
| 6. تعديل شروط اعتماد (صادر / وارد) | *** | |
| 7. طلب شهادة خاصة بالاعتماد | *** | |
| 8. تعزيز اعتماد | *** | |
| 9. إلغاء اعتماد | *** | |
| 10. تداول مستندات الاعتماد | *** | |
| 11. منح سقوف اعتماد | *** | |
| 12. عمولة تنفيذ مستندات مخالفة شروط الاعتماد | *** | |
| **رابعاً: بوالص التحصيل** | | |
| 1. بوالص التحصيل | *** | |
| 2. تحويل بوالص | *** | |
| 3. إعادة المستندات لعدم الدفع / عدم القبول | *** | |
| **خامساً: السحوبات** | | |
| 1. قبول سحب زمني مكفول / غير مكفول | *** | |
| 2. السحب المؤجل الوارد | *** | |
| 3. كفالة سحوبات صادرة / واردة | *** | |
| 4. تأخير تسديد سحب مقبول مكفول | *** | |
| 5. منح سقف سحوبات | *** | |
| **سادساً: الكفالات** | | |
| 1. إصدار كفالة بجميع أنواعها | *** | |
| 2. تسييل كفالة | *** | |
| 3. تعزيز كفالة | *** | |
| 4. تمديد كفالة | *** | |

ملاحظة: الإشارة (***) تعني أن سعر العمولة أو الرسم غير محدد بسقف من خلال البنك



Palestine Monetary Authority

Palestine



سلطة النقــد الفلسطينية

فلسطين

| رابعاً: الرسوم والعمولات على الاعتمادات المستندية |
| --- |
| 1. فتح اعتماد مستندي ( تشمل مصاريف المصرف فاتح الاعتماد والمراسل) |
| 2. تغطية اعتماد |
| 3. تبليغ اعتماد |
| 4. تحويل اعتماد |
| 5. تمديد اعتماد |
| 6. تعديل شروط اعتماد (صادر أو وارد) |
| 7. طلب شهادة |
| 8. تعزيز اعتماد |
| 9. إلغاء اعتماد |
| 10. تداول مستندات الاعتماد |
| 11. منح سقوف اعتماد |
| خامساً :الرسوم والعمولات على البوالص |
| 1. بوالص التحصيل |
| 2. تحويل بوالص |
| 3. إعادة المستندات لعدم الدفع / عدم القبول |
| سادساً: الرسوم والعمولات على السحوبات |
| 1. قبول سحب زمني مكفول/ غير مكفول |
| 2. السحب المؤجل الوارد |
| 3. كفالة سحوبات صادرة / واردة |
| 4. تأخير تسديد سحب مقبول مكفول |
| سابعاً: الرسوم والعمولات على الكفالات |
| 1. إصدار كفالة بجميع أنواعها و/ أو تمديدها |
| 2. تعزيز كفالة |
| 3. تعديل كفالة |



info@pma-ram.pna.net

| ثامناً: الرسوم والعمولات على إصدار بطاقات الائتمان |
|---|
| 1. إصدار بطاقة ائتمان بكافة أنواعها و /أو تجديدها |
| 2. إصدار بدل فاقد |
| 3. السحب النقدي من خلال بطاقة الائتمان |
| تاسعاً: الرسوم والعمولات على الكمبيالات |
| 1. خصم الكمبيالات |
| 2. تحصيل كمبيالة |
| 3. إعادة كمبيالة غير مدفوعة |
| عاشراً: الرسوم والعمولات على خدمات متفرقة |
| 1. إدارة حساب جامد (ما عدا التوفير) |
| 2. إدارة حساب جاري أو عمولة تحويل راتب |
| 3. منح سقوف التسهيلات الائتمانية المباشرة ( قروض جاري مدين) أو تجديدها أو تمديدها |
| 4. زيادة السقوف الائتمانية |
| 5. تحصيل فواتير ومستحقات مؤسسات حكومية |
| 6. أوامر الدفع الثابت (الدوري) |
| 7. الصناديق الحديدية |
| 8. إيداع النقد المعدني |
| 9. إيداع نقد تالف |
| 10. مصاريف هاتف وفاكس وبريد وسويفت |
| 11. طلب كشف حساب تاريخي ( غير دوري وبناءً على طلب العميل) |
| 12. تصوير الشيكات والمستندات |
| 13. إصدار شهادة حجم التعامل أو الرصيد / ملاءة /براءة ذمة |
| 14. خدمات المصرف الآلي ( لغير العملاء) |
| 15. خدمات الإنترنت ( لغير العملاء) |
| 16. رسوم إصدار بطاقة سحب نقدي (ATM) |
| 17. رسوم طوابع واردات ( الدمغة) |
| 18. رسوم مطابقة التواقيع لجهات خارجية |



رام الله ت: ٢٩٨٢١٣١-٠٢، ف: ٢٩٨٢١١٠-٠٢، ص.ب: ٤٥٢ غزة ت: ٢٨٢٥٧١٣-٠٨، ف: ٢٨٤٤٤٨٧-٠٨، ص.ب: ٤٠٢٦ بريد الكتروني info@pma-ram.pna.net





2. يمنع استيفاء أي رسوم أو عمولة غير واردة أعلاه، ويعتبر استيفاء أي عمولة أو رسوم غير مدرجة أعلاه مخالفة لتعليمات سلطة النقد تستوجب غرامة مالية بقيمة 10,000 دولار.
3. تأمل سلطة النقد أن يكون مستوى الرسوم والخدمات المستوفاة ضمن المعقول وبما يتناسب وطبيعة السوق الفلسطيني، ويطلب من كافة المصارف تزويد سلطة النقد بتقرير ربع سنوي يبين متوسط الحد الأدنى والحد الأقصى للرسوم المستوفاة.
4. للمصارف التي ترغب في استيفاء رسوم أو عمولات غير واردة في الجدول أعلاه، تقديم مقترح لسلطة النقد بذلك، ولا يسمح باستيفاء العمولة أو الرسم قبل الحصول على موافقة سلطة النقد الخطية على ذلك.
5. يسري العمل بهذا القرار اعتباراً من 2004/3/20.

تأمل سلطة النقد من جميع المصارف الالتزام والتعاون بما يخدم الاقتصاد الفلسطيني والصالح العام.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام،

٢/١٨

د. أمين حداد

المحافظ



رام الله ت: ٢٤٠٩١٢١-٠٢، ف: ٢٤٠٩٩٢٢-٠٢، ص.ب: ٤٥٢ غزة ت: ٢٨٢٥٧١٣-٠٨، ف: ٢٨٤٤٤٨٧-٠٨، ص.ب ٤٠٢٦ بريد الكتروني info@pma-ram.pna.net

Palestine National Authority
Palestine Monetary Authority
Palestine



السلطة الوطنية الفلسطينية
سلطة النقد الفلسطينية
فلسطين

**تعميم رقم ( 4/2003)**

**إلى كافة المصارف العاملة في فلسطين**

تاريخ: 2003/1/7

الموضوع: العمولات والرسوم

تحية طيبة وبعد،

عملاً بأحكام المادتين (35) و (38/4/ج) من قانون المصارف، ومتابعة للحوار الذي تم مع الجهاز المصرفي أكثر من مرة، حول موضوع العمولات والرسوم التي يتم استيفاؤها من قبل المصارف وبما يشمل طلب سلطة النقد الفلسطينية من جمعية البنوك تقديم مسودة دراسة لمعالجة الاختلافات لقيمة وأنواع العمولات والرسوم التي يتم تحصيلها بين مصرف وآخر.

واعتماداً على قرار مجلس إدارة سلطة النقد المتعلق بمتابعة وقف استيفاء أي رسوم أو عمولات قبل الحصول على الموافقة اللازمة، على كل مصرف تقديم مقترح حول العمولات والرسوم التي يرغب باستيفائها من الجمهور والمؤسسات بما يشمل الحد الأقصى لقيمة العمولة أو الرسم خلال 30 يوماً من تاريخه لمناقشته بها والمصادقة عليها.

تأمل سلطة النقد الفلسطينية أن يتم ذلك بأسرع وقت، وتعلمكم بأنها ستكون مضطرة لاتخاذ قرار بتحديد قيمة ونوع العمولات والرسوم في حال عدم قيام المصرف بإنجاز المطلوب ضمن الفترة الزمنية المذكورة أعلاه واستيفاء الغرامة الواردة في قرار مجلس الإدارة بهذا الخصوص من المصرف المخالف.

ويأتي هذا القرار انطلاقاً من رغبة سلطة النقد الفلسطينية بتحقيق التوازن بين مصلحة المواطن والمؤسسات الاقتصادية من ناحية والجهاز المصرفي من ناحية أخرى، بما يضمن حسن سير العمل في الاقتصاد الفلسطيني.



د. أمين محمد حداد

المحافظ

Palestine: GAZA - P.O.Box (4026) Tel. (08-2825713) Fax (08-2824593) - Ramallah - Al Bireh - P.O.Box (452) Tel. (02-2986131) Fax (02-2959922)

| Palestine National Authority<br>Palestine Monetary Authority<br>Palestine |  | السلطة الوطنية الفلسطينية<br>سلطة النقد الفلسطينية<br>فلسطين |
|---|---|---|

# تعميم رقم (71)

## إلى كافة البنوك العاملة في فلسطين

التاريخ 2000/10/25

نظراً للظروف السائدة في فلسطين وانطلاقاً من الحفاظ على مصلحة الجهاز المصرفي والمواطن معاً في مواجهة كافة التطورات وبناء على توجيهات السيد نائب المحافظ د.أمين حداد وتوصية اعضاء لجنة المقاصة فإن سلطة النقد الفلسطينية قررت ما يلي:-

**أولاً** : تعديل الفقرة جـ من ملحق التعليمات الخاص بالشيكات المتداولة ما بين البنوك والمتعلقة بالعمولة على الشيكات المعادة لتصبح على النحو التالي:-

1. تصبح العمولة على الشيكات المعادة بسبب عدم كفاية الرصيد والتي يتحملها الساحب بمبلغ ثلاثة دنانير أردنية أو ما يعادلها بالدولار أو الشيكل عوضاً عن خمسة دنانير أو ما يعادلها .
2. تصبح العمولة على الشيكات المعادة لأسباب فنية والتي يتحملها الساحب أيضاً بمبلغ دينار ونصف أردني أو ما يعادلها بالدولار أو الشيكل عوضاً عن دينارين ونصف أو ما يعادلها.

**ثانياً** : تعديل الفقرة الثانية من التعميم رقم 15 تاريخ 1996/11/28 والمتعلق بالإجراءات المتخذة في حال إعادة الشيكات لعدم كفاية الرصيد لتصبح على النحو التالي:_

1. في حال إعادة عشرة شيكات بسبب عدم كفاية الرصيد خلال ثلاثة شهور، على البنك ان يقوم بتوجيه إنذار إلى الساحب متضمناً تفاصيل الشيكات المعادة.
2. في حال إعادة خمسة عشر شيكاً بسبب عدم كفاية الرصيد خلال ثلاثة شهور فعلى البنك ان يقوم بإعلام سلطة النقد الفلسطينية لإدراج اسم الساحب على القائمة السوداء وفق النموذج المعد لهذا الغرض.

6

**ثالثاً** : تعديل البند رقم (1) ودمجه مع البند رقم (2) من الفقرة الثانية من التعميم رقم 7 ب/98 تاريخ 1998/2/25 والمتعلق بالإجراءات المتخذة في حال إعادة الشيكات لعدم كفاية الرصيد أو لأسباب فنية لتصبح:-

- في حال إعادة عشرة شيكات لعدم كفاية الرصيد أو في حال تكرار إعادة خمسة عشر شيكاً لأسباب فنية خلال ثلاثة شهور، فعلى البنك ان يقوم بإعلام سلطة النقد الفلسطينية لإدراج اسم الساحب على قائمة الحسابات محدودة التصرف لديها.

**يعمل بهذا التعميم ابتداء من تاريخه وبصوره مؤقتة وحتى تزول الأسباب المؤدية لذلك.**

**سلطة النقد الفلسطينية**